

Tartu Ülikool
Loodus- ja tehnoloogiateaduskond
Ökoloogia ja Maateaduste instituut
Geograafia osakond

Magistritöö turismigeograafias

Väliskülastajate rahulolu madalhooaja külastuselamusega Tallinna näitel

Martin Süld

Juhendaja: MSc Heli Müristaja

Kaitsmisele lubatud:
Juhendaja (allkiri):
Osakonna juhataja (allkiri):

Tartu 2013

SISSEJUHATUS	2
1. HOOAJALISUSE JA KLIENDIRAHULOLU TEOREETILINE ÜLEVAADE	5
1.1. Hooajalisuse peamised põhjused	5
1.2. Hooajalisusega kaasnevad mõjud sihtkohale ja nende mõõtmine	9
1.3. Külastajate rahulolu sihtkohaga ja selle mõõtmine	13
1.4. Rahulolu-uuringu meetmed	15
2. KÜSIMUSTIKU KOOSTAMINE	17
2.1. Küsitlusankeedi sisu	17
2.2. Pilootküsitlus	19
3. UURINGU TULEMUSED HOLSAT MEETODI ABIL	20
3.1. Andmete analüüs	20
3.2. Arutelu ja ettepanekud	35
KOKKUVÕTE	38
SUMMARY	41
KASUTATUD KIRJANDUS	45
LISAD	48
Lisa 1. Küsimustik inglise keelne	48
Lisa 2. Küsimustik vene keelne	53
Lisa 3. Küsimustik soome keelne	58

Sissejuhatus

Turistide arv on nii Euroopas üldiselt kui ka Tallinnas viimastel aastatel järjepidevalt kasvanud. Vastavalt Statistikaameti andmetele kasvas eelmisel aastal Tallinna majutusettevõtetes ööbinud inimeste arv 4%. Kasvu jätkumine 2012. aastal tähendas turismis juba kolmandat aastat järjest rekordtulemust.

Samas on 2013. aastaks prognoositud Tallinnas kasvu langust, mis on tingitud paljude lennuühenduste katkemisest ja ebapiisavast tähelepanust turismimajandusele. Samuti ka mõne aasta taguse kultuuripealinna tiitli unustumisest. Suvisel kõrghooajal on vaba majutusk kohta raske leida ning seega on ainuke võimalus suurendada turistide arvu madalhooaja arvelt.

Statistikaameti andmete alusel on hotellimajanduses madalhooajaks ajavahemik jaanuarist kuni aprillini, mil keskmine majutusprotsent on alla 40%. Alates maikuust tõuseb see näitaja juba üle 50% ning algab üleminek kõrghooajale.

Samas ajavahemikus kasvas absoluutarvudes ülekaalukalt kõige rohkem Venemaa turistide ja nende ööbimiste arv. Eelkõige oli tõus just madalhooajal, milleks on aastavahetuse ja maipühade vaheline aeg.

Vastavalt Statistikaameti andmetele on 2012. aastal suurimat kasvu näidanud venelased +24% ja sakslased +20%. Ainukesena on langenud soomlaste osakaal - 1,7%

Eelnevast tulenevalt püstitatakse käesolevas töös küsimus, millised on madalhooajal Tallinnat külastavate turistide ootused sihtkohale ja milliseks kujuneb nende tegelik külastuskogemus.

Sihtkoha rahulolu mõjutab kõige enam see, kas turistid külastavad sihtkohta uuesti ja kas nad soovivad seda oma tuttavatele. Külastusotsuse tegemisel on lisaks traditsioonilisele turundusele väga tähtis osa ka suust suhu liikuv turundusel.

Autori arvates on antud teema väga aktuaalne ning turistide rahulolu Tallinna kui sihtkohaga kõige tähtsam argument väliskülastajate arvu suurendamiseks. Kuna kõrghooajal on turistide arvu suurendamise võimalus logistiliste probleemide tõttu piiratud, jääb parim võimalus selle saavutamiseks madalhooajale.

Vastavalt uurimisküsimusele püstitab töö autor hüpoteesi milles väidab, et Tallinn suudab hetkel olla atraktiivne sihtkoht ja pakkuda madalhooaja külastajatele piisavalt külastusrahulolu. Külastusrahulolu omakorda tähendab positiivset külastuskogemust ning sellest tulenevalt võib juba oodata ka tulevikuks külastajate arvu kasvu.

Käesolevast tööst järeldub, milline on madalhooajal Tallinnat külastavate turistide ootus sihtkohale ja milliseks kujuneb selle külastuse tegelik kogemus. Nende kahe väärtuse vahe näitab ära tegeliku rahulolu ning toob välja kitsaskohad, mis hetkel madalhooaja arengut ja turismi atraktiivsust pärsvad.

Töö eesmärgiks on uurida Tallinna madalhooajal külastavate turistide külastusrahulolu ning tulemustest lähtuvalt teha ettepanekuid madalhooaja külastuselamuse parandamiseks.

Võttes aluseks antud valdkonnas läbi töötatud teooriad, on töö autor otsustanud mõõta madalhooaja kliendirahulolu selleks välja töötatud HOLSAT (*Holiday Satisfaction*) mudeli alusel. Antud mudeli täpsem ülevaade ja põhjendus selle valikuks on välja toodud töö alapeatükis 1.4.

Uurimismeetodiks on antud töös valitud küsitlus, mis viidi läbi Tallinna vanalinnas ning mille käigus küsitleti ligi 90 väliskülastajat. Küsitluse tulemused annavad ühelt poolt ülevaate, millised on turistide ootused Tallinnale kui reisisihtkohale, ja teisalt, millised on tegelikud kogemused, mis külastusega saadi. Samuti saab lähtuvalt uuringu tulemustest teada põhilised kitsaskohad, mis madalhooaja turismiaktiivsust hetkel pärsvad.

Uuring viidi läbi Tallinna vanalinnas jalutavate välisturistide seas. Küsitlus toimus 15. märtsist kuni 15. aprillini ehk Tallinna mõistes madalhooajal.

Magistritöö on jagatud kolme suuremasse ossa. Esimeses peatükis annab autor teoreetilise ülevaate hooajalisusest, selle põhjustest ja mõjudest, samuti külastajate rahulolu ning selle mõõtmiseks kasutatava HOLSAT mudeli teoreetilise ülevaate.

Teine peatükk käsitleb töövahendi koostamist ning kolmas peatükk sisaldab uuringu tulemuste analüüsi ja tõlgendamist. Uuringu tulemustele põhinedes toob autor välja külastajate tegelikud rahulolunäitajad ning teeb ettepanekuid mõningate muudatuste läbiviimiseks, mis aitaksid külastajate arvu madalhooajal suurendada.

Käesolevas töös on kasutatud peamiselt võõrkeelseid allikmaterjale, mis käsitlevad eelkõige madalhooaja mõistet ja selle põhjuseid, sihtkoha rahulolu ning samuti ka küsitlusi ja nendega kaasnevaid andmete analüüsimeetodeid.

Põhilisteks viidatud autoriteks on Butler, Hartmann, Murphy ja BarOn, kellest viimasele viidatakse läbi teiste autorite. BarOn'le on viidatud seoses temapoolt läbiviidud uuringuga 40 aastat tagasi, kus ta esmakordselt mõõtis hooajalisust ja selle mõju turismile.

1. Hooajalisuse ja kliendirahulolu teoreetiline ülevaade

1.1. Hooajalisuse peamised põhjused

Hooajalisus on turismivaldkonda käsitlevas akadeemilises kirjanduses üks põhilisemaid ja enim uuritud teemasid. Esimesed uuringud turismi hooajalisuse kohta viis ligi 40 aastat tagasi, 1975. aastal läbi BarOn (Matias et al, 2011 vahendusel) ning veel tänapäevalgi on see teema mitmete autorite teostes pidevalt arutusel.

Hooajalisus on "... ajalise tasakaalutuse nähtus turismis, mis võib väljenduda sellistes mõõdetavates tunnustes, nagu külastajate arv, kulutused külastaja kohta, liikluskoormus maanteedel, tööhõive või vaatamisväärsuste kasutus" (Butler 1994). Allcocki (1989) järgi on hooajalisuse aspekt seotud otseselt turistivoogude hulgaga suhteliselt lühikese aja jooksul aastast. Hooajalisust on tihti tõlgendatud kui turismi füsioloogilist omadust, mis on iseenesestmõistetav ja selle majandusharu tegevuses paratamatu.

Sõltumata sellest, et hooajalisusele kui nähtusele on turismialases kirjanduses juba aastakümneid väga palju tähelepanu pööratud, on seda siiski väga vähe tegelikult mõistetud (Butler 2001) ning üks põhilisi probleeme selles on turismi hooajalisuse järjepideva ja põhjaliku uurimistöö puudumine (Baum 1999, Baum, Lundtorp 2001).

Turism ei ole ainult majandustegevus, mida iseloomustab ajaline muutumine. Hooajalised, tsüklilised ja perioodilised muutused tootmises ja tarbimises on omased ka paljudele teistele majandusharudele, nagu näiteks põllumajandusele ja töötlevale tööstusele (BarOn 1975, Matias et al 2011 vahendusel). Samas saab hooajalisust mõjutada ka läbi inimtegevuse, näiteks spordivõistluste (Higham ja Hinch 2002) või ühise huvitegevuse (Hartmann 1986, Butler 1994) korraldamisega.

Majanduslikus terminoloogias on hooajalised muutused mõistetavad kui "rütmiline muster" (Hirschey 1993), mille mõõtmise indikaatorid on toodang, müük, tarbimine ja tasuvus. Sellest vaatenurgast võib öelda, et hooajalisus on majanduse tsükliline

muutumine ajas: kas siis paisumine või kahanemine, võrreldes majandusega üldiselt (Frechling 2001).

Statistilisest vaatenurgast omavad hooajalised muutused majandustulemustele ebaregulaarset või juhuslikku mõju (Hirschey 1993) samamoodi nagu inimtegevusest otseselt sõltumatud faktorid, näiteks loodusõnnetused, epideemiad või lihtsalt poliitiline ebastabiilsus (BarOn 1975, viidatud Matias et al 2011 vahendusel).

Üldmõistena kirjeldab Moore (1989) hooajalisust kui "... muutuste rida ajas teatud ajal aastas, mis kordub sarnaselt igal aastal." Hylleberg (1992) märgib ära mitte ainult sesoonsuse mõiste, vaid ka peamise põhjuse: "Hooajalisus on süstemaatiline, mitte tingimata regulaarne aastasisene kõikumine, mis on tingitud sellistest väärtustest, nagu ilmamuutus, kalender ja otsuste ajatamine." Need võivad olla otseselt või kaudselt läbi tootmise ja tarbimise tehtud majanduslikud otsused, mis mõjutavad nii ootusi kui ka tarbimiseelistusi.

Hooajalisust peetakse turismisektoris üldiselt siiski väga suureks probleemiks ning vastutavaks mitmete seda majandusharu puudutavate probleemide eest, nagu täistööajaga töötavate töötajate värbamine ja nende hoidmine, madal investeeringutasuvus ning ehitiste mitteratsionaalne kasutus (Butler 2001).

Ka erialases kirjanduses nähakse hooajalisust pigem negatiivse probleemina, mitte aga positiivse aspektina (Ibid 2001). Seetõttu on hooajalisus laialdaselt mõistetav kui probleem, millest tuleb üle saada jahahendus leida. Samas leidub piisavalt selliseid autoreid, kes näevad hooajalisuses ka häid omadusi. Flognfedt (2001) arutleb, et teatud juhtudel võib hooajalisust mõista ka positiivselt. Seda just maaregioonides, kus lisaks turismile toimivad paralleelselt ka muud majandusharud.

Käesolevas töös aga eeldatakse, et hooajalisus on pigem probleem ning seda just sotsiaalsete ja majanduslike näitajate, nagu tööhõive, sissetuleku, elanikkonna väljarände ja elukvaliteedi osas. Eriti mõjutab see neid kogukondi, kes sõltuvad hooajalisusest ning kus turismil on majanduse arengus oluline roll.

Butler (1994, 2001) väidab, et kuigi hooajalisuse üldised põhjused on hästi teada, jääb siiski arusaamatuks see, et hooajalisust ei osata mõista ega kasutada. Vaadates hooajalisust lähemalt, tähendab see erinevate põhjuste sügavamalt analüüsi. Hylleberg (1992) toob välja kolm peamist rühma, mille alusel saab hooajalisust

kategoriseerida. Need on ilm (temperatuur), kalender (religioossed pühad) ja ajalised põhjused (koolivaheaeg, puhkus).

Samas toob Butler (1994: 332-334) välja järgmised põhjused:

- kliima;
- inimlikud tegurid;
- sotsiaalne surve või trend;
- sportimisvõimalused;
- inerts või traditsioon.

Vaatamata üldisele arvamusele, mille järgi hooajalisust peetakse tavaliselt negatiivseks, on Butler (1994) veendunud, et olenevalt asukohast võib hooajalisusel olla ka positiivne pool.

Vaatamata üldisele arvamusele, et madalhooaeg tähendab vaid vähem turiste, väiksemaid käibeid ja suuremat töötust, on madalhooajal ka positiivne külg. See võimaldab turismiatraktsioonidel taastuda, teha ettevalmistusi järgmiseks hooajaks ja tegelda töötajate väljaõppega. Kõik see on vajalik selleks, et järgmise kõrghooaja jooksul edukalt tegutseda.

Selle täienduseks avaldab Frechtling (1996: 55) omapoolse täiendatud põhjuste loetelu, mis tema sõnul mõjutavad turismi hooajalisust:

- kliima – suvepuhkus, suusatamine, troopilised sihtkohad talvel, kruisihooaeg jne;
- sotsiaalsed tavad – jõulud, aastavahetus, koolivaheaeg või muud pühad, kui on aega külastada oma tuttavaid ja soovitud sihtkohti;
- äritavad – messid, näitused, poliitilised sündmused, spordivõistlused;
- kalendri mõju – päevade arv kuus, nädalalõppude arv kuus, aastaaeg, liikuvate pühade kuupäevad vms;
- piirangud – hindade tõus kõrghooajal paneb paljud hinnatundlikud kliendid (nt kooliõpilased, töölised) reisima madalhooajal.

Hooajalisuse tegurid võivad olla väga erinevad ja osalt ka prognoosimatud. Kõik hooajalisuse põhjused on erinevad. Mõned on pikalt ette planeeritavad (jõulupühad), mõned muutuvad pidevalt (puhkused), mõned muutuvad pidevalt ja etteprognoositavalt (kevadpühad), teised jälle täiesti prognoosimatult (ilm) (Dallari 1982).

Erialakirjandusest leiab hulgaliselt autoreid (Allcock 1989; Butler 1994; Butler ja Mao 1997; Baum 1998), kes püüavad omal moel lahti seletada ja tuvastada erinevaid hooajalisuse liike ja põhjuseid. Suurimaks eraldiseisvaks turismi hooajalisust mõjutavaks teguriks on ja jääb traditsiooniline pikk koolivaheaeg (Butler 1994).

Üldjuhul peetakse turismi hooajalisuse peamisteks teguriteks nõ loomulikke tegureid. Peamisteks loomulikeks teguriteks on kliima muutumine aasta jooksul, päeva pikkus ja päikesevalguse hulk, temperatuuride muutumine ööpäevas ja aastas. Mida kaugemal asub sihtkoht ekvaatorist, seda suurem on looduslike tegurite mõju hooajalisusele ning seda raskem on hooajalisust ületada (Lundtorp 1999).

Kui loomulikku hooaega on üldiselt mõistatud kui püsivat väärtust (Hartman 1986), siis värskemates käsitlustes on üha rohkem võetud teemaks kliimamuutused ja nende vähene etteaimatavus (Butler ja Mao 1995; Butler 2001). Agnew ja Viner (2001) nägid globaalsel soojenemisel juba reaalselt mõju teatud Vahemere-äärsetel aladel üle kümne aasta tagasi, kus temperatuuri pidev tõus mõjus kõrghooaja turismile pärssivalt.

Butler (1994) toob välja ka “institutsionaliseeritud hooajalisuse” mõiste, millega seletab poliitilise tegevuse muutusi, mis on üldjuhtudel sätestatud õigusaktides. Institutsionaalne hooajalisus erineb palju laiemalt ja vähem järjepidevalt kui loomulik hooajalisus. Kuigi nende mõlema puhul saab määratleda alguse ja lõpu kuupäevad, ei ole need siiski omavahel võrreldavad (Butler 2001).

Riiklikud pühad, mis on üheks suurimaks hooajalisuse põhjuseks, mõjutavad turismi kõige otsesemalt. Nad võivad põhineda ühel või ka kombineeritult mitmel teguril (usul, kultuuril, sotsiaalpoliitilistel teguritel). Kui varem olid riiklikud pühad enamasti ühepäevased sündmused, siis viimasel ajal on trend muuta need pikkadeks nädalavahetusteks ja see mõjutab otseselt turisminõudlust.

Institutsionaalse hooajalisuse põhjustest on turismi kõrg- ja madalhooajas kõige suurem roll koolil ja riiklikel pühadel. Koolivaheegade planeerimine suvele oli algselt planeeritud paljude riikide talunikele ja teistele põllumajandusega tegelevatele inimestele vastu tulles, et lapsed saaksid oma vanematele kooli kõrvalt rohkem abiks olla. Tänapäevaks on koolivaheegadest kujunenud aga suurim põhjus suvise turismi hooaja kõrghetkedeks (Butler 1994; Hinch ja Jackson 2000).

Butler ja Mao (1997) arutlevad elanikkonna vananemise üle ning leiavad, et pikemas perspektiivis võib see sesoonsust oluliselt muuta. Põhjus peitub selles, et eakamad inimesed ei ole sunnitud planeerima oma puhkusi kindlateks aastaaegadeks. Nad ei sõltu koolivaheajast ega puhkustest. Rahvastiku vananemine Põhja-Euroopas, nt Inglismaal (King 2000), Rootsis (Gustafson 2002) ja Norras (Haag 2007) on väga oluliseks segmendiks Vahemeremaades, nagu Hispaania ja Itaalia, kus vananev elanikkond kasutab head kliimat ära selleks, et veeta seal kogu talveperiood.

Butler ja Mao (1997) arutlevad, et turismi hooajalisus ei oma mitte ainult ajalist muutust, vaid ka ruumilist komponenti. Lundthorp (1999) leiab, et kaugeltki mitte piisavalt ei ole uuritud seda, kas tähtsam on soov reisida kindlal ajal või hoopis kindlasse kohta. Näiteks peavad lastega reisijad oma reisi ette võtma alati kindlaks määratud koolivaheajal. Arvestades siinkohal ajalist ja ruumilist komponenti, võib hooajalisuse jaotada tõmbe- ja tõukefaktoriteks (Butler ja Mao 1997; Lundtorp 1999).

Tõukefaktori all mõistetakse looduslikke või füüsilisi tegureid, nagu kliima, riigipühad või sotsiaalne surve, ehk teisisõnu tegureid, mis mõjutavad antud piirkonna nõudlust. Tõmbefaktorite all mõistetakse sihtkohas toimuvaid sündmusi (spordivõistlusi või mõnda suuremat sündmust), aga ka kliimat, mis meelitavad turiste ja annavad põhjuse antud sihtkohtadesse reisida. Tõuke- ja tõmbefaktorid ning muud reisimist mõjutavad tegurid on kõik omavahel tihedalt seotud ning võivad üksteist mõjutada.

1.2. Hooajalisusega kaasnevad mõjud sihtkohale ja nende mõõtmise

Hooajalisuse mõjude kohta sihtkohale võib leida teooriaid väga erinevatest vaatenurkadest. Wall ja Yan (2003) märgivad, et hooajalisuse mõju turismile on pidevalt kasvanud ja seda eelkõige seoses massiturismi pideva kasvuga. Nende ettevõtete arv, kes sõltuvad otseselt turismist, kasvab pidevalt niisamuti nagu nende turismiettevõtete suurus. Üha rohkem ollakse sõltuvuses turistide arvust.

Baum ja Hagen (1999) väidavad, et hooajalisuse mõju sõltub eelkõige sihtkoha asukohast ja turismiettevõtte asukohast selles sihtkohas, mis peegeldab osaliselt füüsilisi tingimusi ja vaatamisväärsuste või tõmbetegurite iseloomu. Üldiselt on hooajalisusele kõige tundlikumad spetsiifilised sihtkohad ning vastupidi - kõige paremini suudavad hooajalisust vältida erinevad suurlinnad, mis suudavad pakkuda mitmeid tõmbetegureid erinevatele sihtrühmadele (Murphy 1985).

Ühest küljest mõistetakse nõudluse süsteemset kõikumist kõige levinuma arusaama järgi kui negatiivset aspekti, mis tuleb neutraliseerida, selleks et muuta või vähendada selle mõju majandusele. Madalad teenindusstandardid ja ebakvaliteetsed teenused, ülerahvastatud rannad ja lennujaamad - see on vaid osa sotsiaalsetest ja isiklikest kuludest seoses hooajalisusega (BarOn 1975, viidatud Matias et al 2011 vahendusel).

Teisalt, vaadates hooajalisust ökoloogilisest või sotsiaalkultuurilisest vaatenurgast, annab hooajaväline aeg võimaluse taastumiseks (Butler 1994; Higham ja Hinch 2002). Tegelikult märgib Murphy (1985) juba aastaid varem, et hooajalisus ei ole tingimata kõigile halb, ning lisab, et mõnede kogukondadele on hooaja lõppemine otsekui valgus tunneli lõpus. Hartman (1986) leiab, et on väga suur viga hinnata turismi hooajalisust ainult majanduslikust vaatenurgast võetuna, jättes tähelepanuta turismiteenuste süsteemi selle sotsiaalse keskkonna ja ökoloogilise baasita.

Aastaaegade mõju turismile võib suurel määral jagada kolme kategooriasse: majanduslik mõju, sotsiaalkultuuriline mõju ja ökoloogiline mõju. Negatiivsena tunnetab hooajalisust majanduslik vaatenurk ning seda just hooajavälisel ajal saamata jäänud tulu näol (Sutcliffe ja Sinclair 1980; Manning ja Powers 1984; William ja Shaw 1991).

Selle toetuseks märgib Murphy (1985), et ettevõtted, kes sõltuvad turismist, peavad lihtsalt teenima kõrghooajal piisavalt tulu, et olla kokkuvõttes edukad kogu aasta jooksul. Teisalt tekitab selline olukord ka piisavalt probleeme, kuna on raske leida investoreid ja ettevõtteid, kes oleksid nõus antud tingimustel piisavalt investeerima (Mathieson ja Wall 1982).

Hotellimajanduses näiteks tekitab selline olukord hotellitubade puudujäägi kõrghooajal ning suure ülejäägi madalhooajal. See omakorda mõjutab aga tugevalt stabiilset tööjõunõudlust ja kvaliteeti (Ball 1988; Ashworth ja Thomas 1999; Baum 1993; Flongfelt 2001).

Tuues siinkohal välja Tallinna hotellide keskmised täituvusnäitajad, olid need 2012. aasta kõrghooajal (juulis) ligi 90%, madalhooajal (veebruaries) napilt 40% (Eesti Hotelli- ja Restoranide Liit, <http://www.ehrl.ee/statistikaameti-pressiteated-ja-ulevaated>).

Suurim probleem seoses suurte hooajaliste muutustega on töötajate värbamine, koolitamine, väljaõpe ja teeninduskvaliteet (Yacoumis 1980) ning sellest tulenevalt on raske saavutada ja hoida toote ning teenuse kvaliteeti (Baum 1999).

Ei saa siiski väita, et hooajalisusel oleks pigem negatiivne mõju. Tänu madalhooajale saab teha hotellides ja turismiatraksioonidel piisavalt hooldus- ja arendustöid, mis oleks pideva kõrghooajalisuse tingimustes võimatu. Murphy (1985) märkis juba aastakümneid tagasi, et edukad on pigem need hotellid, mis suudavad oma välja õppinud ja tasemel töötajaid vaatamata hooajale pidevalt palgal hoida. Samuti pakub regulaarne kõrghooaeg lisatöövõimalusi ajutist tööd otsivatele inimestele, nagu õpilased või teised mittetäiskohaga töötada soovijad.

Ka sotsiaalkultuuriline mõju võib omada mõlemapoolset tulu nii ettevõtetele kui ka turistidele. Kõrghooajal võivad paljud kohalikud inimesed kannatada turismi negatiivsete mõjude all. Nende all võib mõista ülekoormatud taristut, järjekordi teenustele ja loomulikult märkimisväärset hinnataseme tõusu toodetele ja teenustele. Tõusvate hindade tõttu võib tegelik elatustase olla väga madal (Fitzpatrick Associates 1993).

Teine tõsine argument inimhulga suurele kasvule kõrghooajal on kuritegevuse tõus (Mathieson ja Wall 1982). Murphy (1985) märgib, et kõrghooajal on vajalik lisatööjõu värbamine nii politseisse, korrakaitse, meditsiini kui ka üldist korrashoidu tagavatesse jõududesse. Tavaliselt tulevad aga kulutused sellistesse investeringutesse kohalike maksumaksjate taskust ning eelarves on arvestatud vaid kohalike elanike hulgaga.

Samas on turistidel madalhooajal reisides mitmeid eeliseid. Saabumine sihtkohta on hõlpsam ja soodsam. Hotellide hinnaklass on märkimisväärselt madalam kui kõrghooajal. Külastajad ei pea muretsema vabade hotellikohtade olemasolu pärast. Kindlasti laabub transport ja üldine sihtkohas liiklemine palju kergemini kui kõrghooajal. Samuti ei ole teenindajad liigsetest turistihulkadest üleväsinud ning võib eeldada, et teeninduskvaliteet on palju parem ja personaalsem.

Pigem võib hooajalisust vaadelda kui positiivset mõju pakkuvat võimalust kohalikule elanikkonnale. “Vaikus enne ja pärast kõrghooaega aitab muuta selle vastuvõetavamaks ja talutavamaks,” kirjutas Murphy (1985). Mõned autorid (Mathieson ja Wall 1982) väidavad, et “surnud hooaeg” aitab kohalikul kogukonnal

taastuda stressist ja hoida oma loomulikku identiteeti. Just sotsiaalne mudel on see, mis kipub turismi kõrghooajal hävima.

Hartmann (1986) võtab aga väga radikaalse seisukoha: “Ma väidan, et madalhooaeg on kohalikule sotsiaalsele ja ökoloogilisele keskkonnale ainuke võimalus täielikuks taastumiseks.” Nõ magav periood on vajalik lihtsalt selleks, et säilitada oma identiteeti. Lisaks Hartmannile (1986), kes väidab, et hooajaväline aeg on ainuke võimalus ökoloogilise ja sotsiaalse keskkonna täielikuks taastumiseks, lisab ka Butler (1994), et liiga suur nõudlus kõrghooajal võib sihtkohale halvemat mõju avaldada.

Soov mõõta hooajalisust ja hooajalisusega seotud omadusi on olnud turismimajanduses arutluse all pikka aega, kuid suhteliselt vähesed autorid on tegelikult suutnud uurida, kuidas on hooajalisust võimalik mõõta ja empiiriliselt võrrelda, millised on selle tagajärjed ning kas seda saaks või tuleks muuta (Koenig ja Bischoff 2005).

Enamik uurimusi on keskendunud pikaajalisematele uuringutele, kus on aluseks võetud teatud aegreast korrigeeritud andmed. Üldiselt võetakse lihtsalt statistilised näitajad ning võrreldakse ja seostatakse neid eelmiste perioodide või tulemustega.

Enamik olemasolevaid uuringuid on läbi viidud kogu rahvusvahelist turismi silmas pidades. Arvatavasti on parima ja põhjalikema vastavateemalise uuringu 1975. aastal läbi viinud BarOn, kes uuris piiripunktis saabuvate turistide hooajalist mustrit 16 erinevas riigis 17 aasta jooksul.

Üldiselt arvestatakse hooajalisuse uuringutes igakuist keskmist, võrreldes seda jooksva ja eelmise aasta või kuu näitajatega. Samuti saab kasutada selliseid näitajaid nagu “aastaaegade suhe”, kus leitakse seosed kõrgeima ja madalaima näitajaga kuu vahel, “hooajaline suhe” (kõrgeim hooajaline väärtus jagatud madalaima väärtusega) või kõrgeim näitaja hooajal, mida saab taas kord võrrelda teiste perioodidega. Sarnast lähenemist on pakkunud nii Yacoumis (1980) kui ka Sutcliffe ja Sinclair (1980).

Teise näitena võib tuua Drakatose (1987) ning Donatose ja Zairise (1991) läbi viidud uuringud, kus hooajalised faktorid jagatakse esmakordselt erinevast rahvusest külastajate vahel. Erinevaid statistilisi näitajaid võrreldakse erinevate regioonide ja rahvustega. Enamik muutujaid arvestatakse kuupõhiselt (külastajate arv kuus jagatud aasta keskmise külastajate arvuga kuus) ning lisaks veel jagatuna rahvusgruppidesse (Wilton ja Wirjanto 1998).

Vaatamata suurele hulgale uuringutele, käsitleb enamik neist ainult majutussektori vaatenurka ning hooajalisuse mõju majutusasutustele (Campbell 1995; Jeffrey ja Barden 1999). Lundtorp (2001) on seisukohal, et turismi hooajalisuse mõõtmise põhiühikuks on külastajate ja ööbimiste arv.

Vaadeldes turismi hooajalisust, on selge, et sellele nähtusele on head lahendust raske leida (Butler 1994). Kuigi madalhooaega ei saa kunagi täielikult välistada, on mitmeid võimalusi selle tasandamiseks (Owens 1994; Baum ja Hagen 1999). Butler (1994) märgib, et erinevatest allikatest võib leida mõningaid ettepanekuid hooajalisuse ühtlustamiseks: püüda pikendada põhihooaega, mitmekesistada oma sihtturge, kasutada erinevaid hinnastrateegiaid, teha maksusoodustusi, julgustada siseturismi ning korraldada festivale ja kontserte.

Weaver ja Lawton (2002) pakuvad välja kuus olulist pakkumise ja nõudluse ühildamise strateegiat, mille tulemusena muuta sesoonsuse mõju: suurendada nõudlust väljaspool kõrghooaega, vähendada nõudlust kõrghooajal, jaotada nõudlus ümber, vähendada pakkumist ja pakkumine ümber jaotada või restruktureerida.

Baum ja Hagen (1999) märgivad, et turul peab madal- ja kõrghooaja vahel olema selge piir. Erinevatel aastaaegadel tuleb tekitada nõudlus erinevatele toodetele, alternatiivsetele tegevustele ning peab olema näha ka selge erinevus hinnapoliitikas.

Loetletud ettepanekuid tuleks madalhooaja leevendamiseks kasutada ka Tallinna kui sihtkoha kohta. Eriti vajab tähelepanu nõudluse tekitamine erinevatele toodetele, julgustada siseturismi ning korraldada suurüritusi. Samuti võiks hooajalisuse leevendamiseks kasutusele võtta maksusoodustused.

1.3. Külastajate rahulolu sihtkohaga ja selle mõõtmine

Turismisektoris peetakse põhiliseks edufaktoriks kliendi rahulolu. Samas on rahulolu väga suhteline mõiste ja võib varieeruda nii geograafiliselt kui ka ajaliselt. Võib vaid eeldada, et see muutlikkus sõltub eelkõige kliendi psühholoogilisest ja majanduslikust staatusest.

Soov identifitseerida turistide ootusi teenustele ja selle mõju üldisele rahulolule on saanud turismialaste uuringute üheks peamiseks teemaks. Kogu maailmas viiakse pidevalt läbi uuringuid, et mõista ja suuta mõõta turistide rahulolu. Enamik neist uuringutest põhineb statistikal ja matemaatilisel analüüsil.

Kuigi rahulolu on defineeritud mitmeti, mõistetakse seda üldiselt kui ostujärgset konstruktsiooni, mis on seotud otseselt sellega, kui palju tarbijale meeldib või ei meeldi teenus või toode pärast selle kogemist (Woodside et al 1989).

Rahulolu mõistes märgib Moutinho (1987), et ostujärgne konstruktsioon on peamiselt funktsioon reisieelsest ootusest ja tegelikust reisikogemusest. Samuti võib seda nimetada tegeliku, kogetud rahulolu võrdlemisega ostueelsete ootustega. Võib leida ka palju kirjandust, mis seda seisukohta kritiseerib, sest ootused kujundavad otseselt rahulolu.

Arnould ja Price (1993) väidavad, et suurim kogetud rahulolu on see, kui enne kogetut puuduvad igasugused ootused. Vaatamata sellele näitavad turismi rahulolu tajumise ja reisimotivatsiooni uuringud, et ootused mängivad reisisihtkoha valimisel suurt rolli. Sihtkoha atraktiivsust peegeldavad tunded, uskumused ja arvamused, mis igal inimesel konkreetse sihtkoha vastu on (Hu ja Richie 1993).

Looduslike või inimtegevusest tingitud vaatamisväärsuste koosmõju või tahtmine “midagi huvitavat ja teistsugust näha ja kogeda” tekitab inimestel tavaliselt reisisoovi teatud sihtkohta. Turistid valivad seega oma sihtkoha, tuginedes isiklikele ootustele ja tajudele (Ferrario 1979).

Selleks et uurida lähemalt turistide rahulolu sihtkohaga, on mitmeid võimalusi ja mooduseid. On üldiselt mõistetud, et teeninduse kvaliteet on otseselt seotud külastuse rahuloluga ning tõstes teeninduse kvaliteeti, tõuseb ka rahulolu sihtkohaga (Soutar 2001).

Rahulolu on seega väga mitmetahuline mõiste ning veel keerulisemaks teeb selle asjaolu, kui keskendutakse tervele sihtkohale, mitte aga üksikule teenusepakkujale. Sihtkohtade puhul hinnatakse rahulolu mitmete üksikute aspektide ja teenuste koosmõjul, mitte iga üksikut aspekti eraldi. Taas kord saab sihtkoha rahulolu pidada külastajate ootuste ja tegelike kogemuste vaheks ning vaatamata üksikute teenuste madalale kvaliteedile võib rahulolu sihtkohaga olla väga hea.

Kvaliteeti võib nimetada ka ettevõtte pikaajaliseks kohustuseks rahuldada oma olemasolevate ja tulevaste klientide soove ja vajadusi ning olla vastutav nii juhtkonna kui ka teenindajate tasemel, et klientide ootused oleksid ületatud, ning seeläbi kasvatada ettevõtte majanduslikku kasu.

Käesoleva töö autor on veendunud, et pelgalt teenuse ja teeninduse kvaliteedi tõstmine ning hindamine ei ole piisav vahend tegeliku rahulolu hindamiseks ja väljaselgitamiseks. Kindlasti on külastuse rahuloluga seotud ka turistide ootused toidule, kultuurile, hotellile, kohalikule suhtumisele ja paljudele muudele aspektidele, ning saadud kogemused.

Kokkuvõtlikult võiks öelda, et rahulolu on tegelikult ootuste ja kogemuste vahe. See on see erinevus, mis näitab turistide ootuste ja sihtkoha poolt pakutavate tegelike teenuste ja omaduste suhet. Seega, ükskõik millist vahendit rahulolu uurimiseks ka kasutada, peab see hõlmama nii eelnenud ootuste kui ka tegelike kogemuste mõistmist. Seda, kuidas klientide rahulolu enne ja pärast külastust mõõta ning kuidas neid tulemusi analüüsida, käsitletakse järgmises alapeatükis.

1.4. Rahulolu-uuringu meetmed

HOLSAT (*Holiday Satisfaction*) mudel on välja töötatud selleks, et võimaldada uurida sihtkoha rahulolu komplekselt. Selle abil saab määrata, millised olid turistide ootused sihtkohale ning millised olid samades aspektides ka tegelikud kogemused. See on ka põhjus, miks antud mudel erineb paljudest teistest kvaliteeti ja rahulolu uurivatest ja mõõtvatest mudelitest, nagu näiteks SERVPERF (*Service Performance*) või SERVQUAL (*Service Quality*) (Cronin ja Taylor 1994).

Järgnevalt antakse ülevaade HOLSAT mudelist, mis on välja töötatud just selleks, et hinnata rahulolu sihtkohaga. Sama mudelit kasutatakse ka antud töö eesmärkide saavutamiseks. Põhiline erinevus HOLSAT ja teiste kvaliteeti mõõtvate mudelite vahel on selle võime uurida ja mõõta turistide rahulolu sihtkohas üldiselt, mitte niivõrd hotelli või muu üksiku turismiettevõtte teenuse kvaliteeti.

HOLSAT rõhub erinevusele, mis hindab konkreetselt tarbijate isiklikke ootusi ja sihtkoha poolt pakutud tegelikke võimalusi. Nende ootuste ja tegelike kogemuste vahe annab aga täpse ülevaate tegelikust rahulolust sihtkohaga. Küsitluse käigus kasutatakse nii positiivseid kui ka negatiivseid väiteid. Positiivsed tunnused on need, mis annavad edasi soodsaid muljeid ja ootusi sihtkohast. Negatiivsed tunnused aga toovad välja sihtkoha negatiivsed küljed. Kui turistid külastavad sihtkohta üldiselt positiivsete kogemuste ja elamuste saamiseks, võib teadlikult oodata ka negatiivseid aspekte (reostus, lärmakus, ülerahvastatus vms).

Tribe ja Snaith (1998) mainivad, et negatiivsete aspektide lisamine küsimustikku on väga oluline ning see annab HOLSATile järjekordse eelise. Nimelt on negatiivsetel ootustel ehk kartustel üldise rahulolu tõstmisel suur osakaal. Näitena saab tuua kartused halvale ilmale, aga tegelikkuses paistis päike, või siis kartused kallile taksosõidule, kuid tegelikult kujunes see soodsaks. Kõik need ootused on küllaga ületatud ning rahulolu sihtkohaga märkimisväärselt suurem.

2. Küsimustiku koostamine

2.1. Küsitlusankeedi sisu

HOLSAT mudel põhineb küsimustikul, milles saabuvatel turistidel palutakse hinnata oma ootusi puhkuse iga omaduse kohta. Käesoleva töö jaoks küsitleti turiste küll vaid üks kord, kuna samu inimesi on enne nende lahkumist raske uuesti leida, kuid küsimustik on koostatud nii, et samad küsimused on esitatud nii ootuste kui ka kogemuste kohta. Esimeses osas tuleb vastata küsimustele, millised olid saabunud külastaja ootused, teises osas on samad küsimused tegelike kogemuste kohta.

Iga omaduse mõõtmiseks ja hindamiseks nii ootuste kui ka kogemuste puhul kasutab autor 5-pallist Likerti skaalat tüüpilise 7-pallise skaala asemel, kuna vastamiseks kuluv aeg on sel juhul lühem.

Küsimustiku skaala jääb vahemikku “pole üldse nõus (-4)” ja “täiesti nõus (+4)” ning sinna vahele “0” ehk “osaliselt nõus, osaliselt mitte”. Külastajad, kellel vastava küsimuse kohta ootused või kogemused puudusid, võisid jätta antud küsimusele vastamata.

Iga küsimuse keskmiste ootuse ja kogemuse vahe annab täpse ülevaate ning kvantitatiivselt mõõdetava rahulolu näitaja. Iga tulemus on kantud tabelisse, mille väärtusteks on ootused ja kogemused. Antud tabelist saab täpse ülevaate iga küsitud hinnangu kohta ning kas see kogemus ületab või ei ületa esialgseid ootusi. On ka võimalus, et kogemused vastavad täpselt ootustele.

Negatiivsete küsimuste kohta saab tulemust lugeda graafiliselt vastupidi, kuna kogemused, mis saadi negatiivsete ootuste asemel, ei ole loodetavasti nii halvad, kui esialgu arvati.

Selleks et tulemusi paremini mõista ning saada täpsemaid soovitusi, on küsimustiku kolmandas osas avatud küsimused. Iga külastaja saab märkida, mis põhjustas teatud kogemuste positiivse või negatiivse muutuse võrreldes ootustega ning mida ta järgmisel külastuskorral kindlasti loodab muutunud olevat. Antud tulemustele

põhinedes saab juba välja tuua täpsed näitajad ja põhjused, mis aitaksid Tallinnal olla madalhooajal veel atraktiivsem ja suuremat rahulolu pakkuv sihtkoht.

Kui üldiselt on analoogsete uuringute läbiviimiseks kasutatud “viie A” meetodit (Attractions, Activities, Amenities, Accommodation, Accessibility), siis Tribe ja Snaith (1998) grupeerivad oma küsimused hoopis järgmistesse kategooriatesse:

- ehitised ja rajatised;
- õhkkond;
- restoranid ja baarid;
- ööelu;
- transport;
- pärand ja kultuur;
- majutus.

Lisaks erinevate tunnuste loendile eristab nende meetodit kõikidest teistest ka asjaolu, et pühendutakse sihtkohale üldiselt, mitte üksikule teenusepakkujale. Samuti on esmakordselt sisse toodud negatiivsed tunnused. Kuigi sihtkohal võib olla mitmeid negatiivseid tunnuseid, väidavad puhkajad siiski, et nende kogemused on ületanud ootusi ning rahulolu näitajad on väga positiivsed (Tribe ja Snaith 1998).

Nagu öeldud, on käesolevas töös kasutatud kliendirahulolu leidmiseks kvantitatiivset meetodit, viies läbi küsitluse Tallinnat külastavate turistide seas. Analoogseid uuringuid on teostatud mitmeid ning nende põhiline eesmärk on olnud analüüsida rahulolu mõjutavaid tegureid ja rahulolu seost teeninduskvaliteediga. Antud uuring annab aga ülevaate välituristide üldisest rahulolust Tallinna kui sihtkohaga madalhooajal.

Küsimustik koosneb kahest osast, milles esimene on tinglikult jaotatud omakorda kaheks ning põhineb HOLSATi (Tribe ja Snaith 1998) sihtkoha rahulolu uurimise meetodil. Küsimustiku esimese osa esimene pool puudutab küsimusi külastajate reisiootuste kohta. Küsimusi on kokku 15, millest osa on ka negatiivsed. Esimese osa teises pooles on samad küsimused esitatud tegelike külastuskogemuste kohta. Saadud tulemused kõikide küsimuste kohta saab kanda vastavasse maatriksisse ning määrata külastajate reisirahulolu võrreldes nende ootustega.

Küsimustiku teises osas on avatud küsimused reisikogemuste kohta: millised olid parimad kogemused, mis võiks järgmisel korral teisiti olla ning mida kindlasti

Tallinnast kui sihtkohast oma tutvavatele edasi räägitaks. Need küsimused on selleks, et saada rohkem tagasisidet sihtkoha kohta ka nendes aspektides, mis HOLSAT mudelist välja ei tule.

Samuti on küsimustiku lõpus demograafilised küsimused, mis aitavad paremini liigitada vastuste tulemusi ning mõista külastajate ootusi ja kogemusi erinevate sihtgruppide kaudu. Eraldi saab välja tuua külastajate vanusegrupi, soo, rahvuse ja ka selle, mitu korda on eelnevalt Tallinna külastatud ning kas kogemused on läinud paremuse või halvemuse poole.

Küsimustik oli koostatud nii inglise kui ka vene keeles, et saada tagasisidet võimalikult paljudelt külastajatelt.

Enne küsimustiku esitamist tehti kindlaks, et külastaja on välisturist ega ole saabunud otse sadamast või lennujaamast. Vastasel juhul puuduks külastajal tegelik reisikogemus ning vastused ei annaks soovitud tulemust. Seejärel seletatakse külastajale lühidalt uuringu põhjust ja eesmärki ning palutakse täita ankeet.

2.2. Pilootküsitlus

Enne uuringu alustamist viis töö autor läbi pilootküsitluse, et olla kindel küsimustiku kõikides detailides ning näha ka selle reaalsel toimimist. Pilootküsitlus viidi samuti läbi Tallinna vanalinnas seda külastavate välisturistide seas. Pilootküsitlusest selgus, et küsimustikule vastamiseks kulub vaid napilt 10 minutit ning inglise keelt valdavatele inimestele on see väga hästi mõistetav. Samas andis see kinnitust sellele, et venekeelne küsimustik on hädavajalik ning vanematel soome turistidel on vaja olla abiks mõne küsimuse mõistmiseks. Sellest tulenevalt on lisatud ka soomekeelne küsimustik.

Pilootküsitluse raames küsitleti kokku 9 külastajat ja selle tulemused andsid kinnitust, et võib alustada küsitluse läbiviimisega ning uuringu tulemused töötavad tulla väga huvipakkuvad.

Et uuringu tulemus oleks võimalikult täpne, kasutas autor tõenäosusliku juhuvalimi koostamise meetodit. Küsitlus viidi läbi erinevatel kellaaegadel ja nädalapäevadel. Sellise valikuga sai küsitleda võimalikult erinevaid inimesi erinevatest sihtkohtadest.

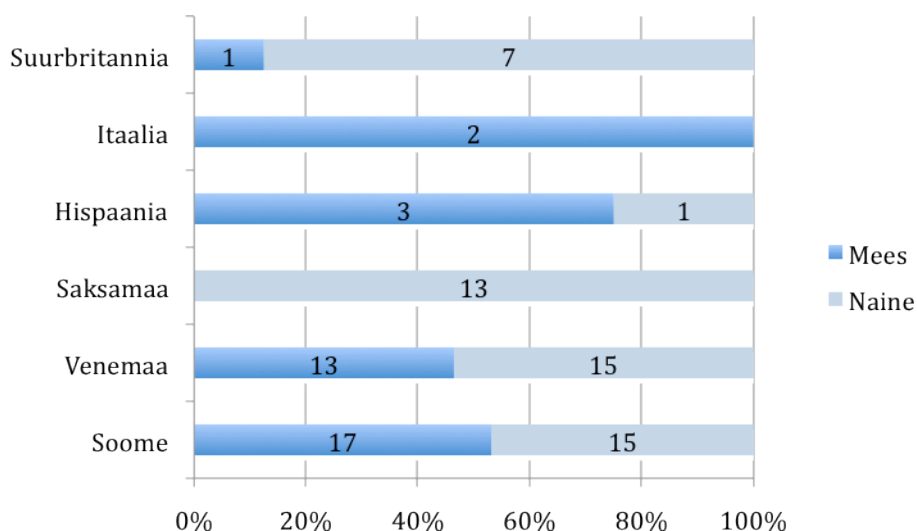
3. Uuringu tulemused HOLSAT meetodi abil

3.1. Andmete analüüs

Väliskülastajate rahuloluuuring Tallinnas viidi läbi ajavahemikus 15. märts kuni 15. aprill 2013. Nagu eelpool mainitud, oli eesmärgiks kaardistada turistide ootused ning nende tegelikud kogemused reisisihtkohas ehk Tallinnas. Küsitluses osalenud väliskülastajate eelduseks oli juba omandatud reisikogemus, ehk külastaja pidi juba omama külastuskogemust ning ei olnud sadamast või lennujaamast just saabunud.

Küsitlus viidi läbi Tallinna vanalinnas, kus paluti väliskülastajatel täita küsimustik. Eelnevalt selgitati neile, mis on küsitluse läbiviimise põhjus ning eesmärk. Samuti hoiatati, et küsimustikule vastamine võib võtta aega 10 kuni 15 minutit.

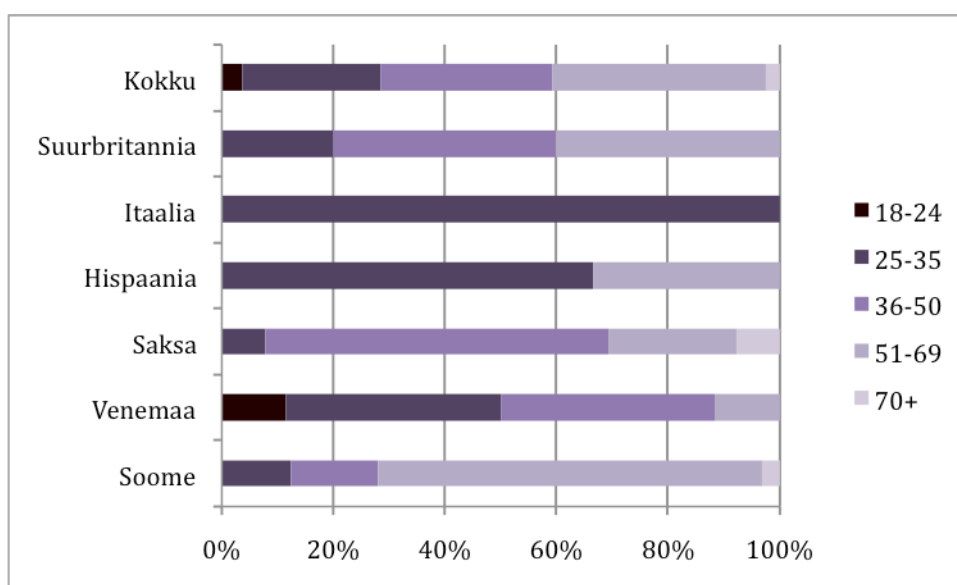
Seejärel pakuti välja valikuvõimalus, millises keeles sooviti ankeeti täita. Valikus oli kolm varianti: inglise-, soome- ja venekeelne ankeet. Ankeedid olid eesti keelest tõlgitud tõlkebüroo abiga, et vältida küsimuste mittemõistmist või veel hullem, väärarusaamist.



Joonis 1. Küsitletute rahvus ja sugu

Antud töös läbi viidud uuringus oli tegemist täiesti juhusliku iseteckelise valimiga ning tulemusi ei tohiks üldistada kõikidele sel perioodil Tallinnat külastanud turistidele.

Küsitletutest olid 36 mehed ja 51 naised (vt joonis 1), keskmise vanusega 53 aastat. Noorim küsitletu oli 21 aastane, vanim 73 aastane. Rahvuse järgi oli enim vastajad Soomest – 32. Seejärel Venemaalt 28, Saksamaalt 13, Suurbritanniast 8, Hispaaniast 4 ja Itaaliast 2 inimest (vt joonis 2).



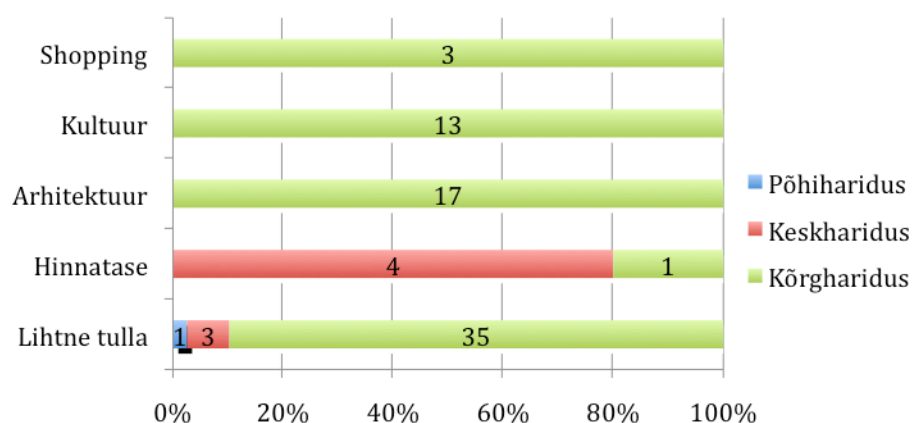
Joonis 2. Küsitletud külastajad vanusegruppide kaupa

Märkimisväärselt vanemad külastajad on pärit Soomest, kelle keskmiseks vanuseks oli 62 aastat. Vaid 10% soomlastest olid alla 25 aastased. Uuringus osalenud külastajate valimit iseloomustas see, et Tallinnat külastavad kesk-euroopa maadest pigem nooremad külastajad. Märkimist väärib itaallaste ja hispaanlaste keskmine vanus, milleks oli 27 aastat. Kõige ühtlasemalt jagunes Venemaalt pärit külastajate vanus. Küsitletutest oli nii noori, alla 25 aastaseid kui ka vanemas pensionieas külastajaid.

Kõigist küsitletutest 87% omasid kõrgharidust. Esmapilgul üllatusena tuleb number on tingitud eeldatavasti madalhooajast, kus reisida saavad pigem haritud ning kindlal elujärjel olevad inimesed. Madalhooajal puuduvad koolivaheaegadest tingituna kooliõpilased ning samuti ka kaugemalt saabuval vanemad reisijad. Nende peamiseks külastusajaks on siiski kliimast tulenevalt pigem suvine kõrghooaja aeg.

Tuginedes läbiviidud uuringule, kus peamiselt Tallinna külastavad turistid on kõrgharidusega on märkimisväärne fakt, et madalama haridustasemega külastajatel on kõrgharidusega külastajatest erinev Tallinnat külastamise põhjus.

Antud juhuvalimile põhinedes on madalama haridustasemega külastajate peamiseks külastuspõhjuseks Tallinnasse lihtne ligipääsetavus laevaühenduste kaudu või soodne hinnatase (vt joonis 3).

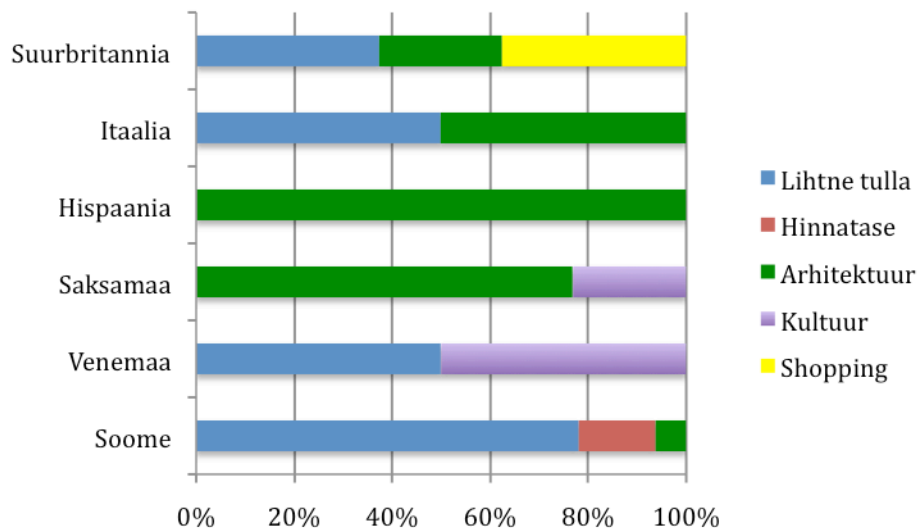


Joonis 3. Tallinna külastamise põhjus ja selle seos külastajate haridistasemega.

Antud uuringus osalenud juhuvalimi kohta saab väita, et Tallinn on lahti saamas oma odava ostureisija mainest ning madalhooajal külastatakse Tallinna pigem tänu vaatamisväärsustele ning kultuurilise elamuse saamiseks. Tähtsal kohal on Tallinna vanalinn, seal leiduvad arhitektuuriväärtused, kultuuriasutused ning muud vaatamisväärsused.

Hinnatundlikum klient, kes külastab Tallinna madalhooajal ning tuleb siia pigem lihtsa ligipääsetavuse tõttu ei oma üldiselt kõrgharidust ning on pigem nooremapoolne külastaja. Tema külastuspõhjus Tallinna külastamiseks on soodne ja kiire ühendus sihtkohaga ning seal sihtkohas ootav taskukohane või pigem soodne hinnatase võrreldes külastaja päritolumaaga.

Põhinedes läbiviidud uuringule on rahvuste lõikes väga suured erinevused, miks Tallinna madalhooajal külastatakse (vt joonis 4). Iga küsitletu sai vastuseks anda max 2 põhjust.



Joonis 4. Päritolumaa kaupa Tallinna külastamise põhjus

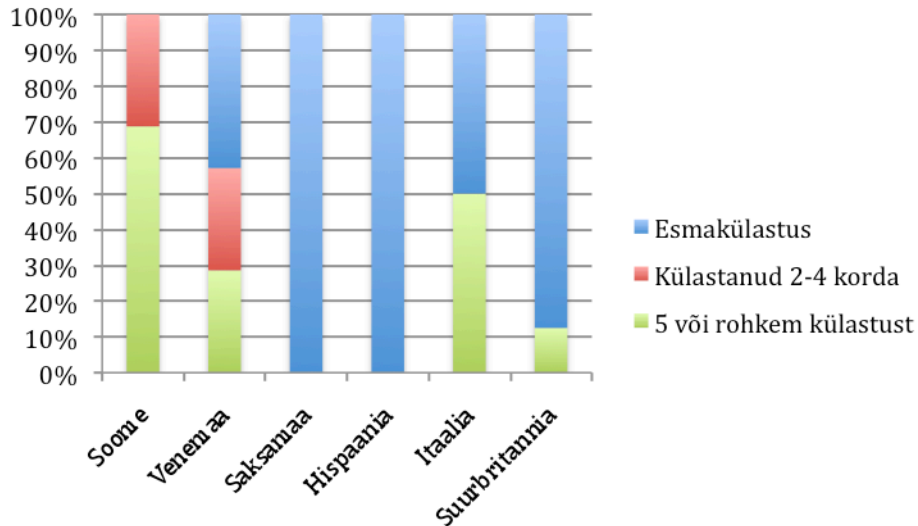
Andmetele tuginedes võib öelda, et uuringus osalenud lähinaabrid külastavad Tallinna pigem põhjusel, et siia on lihtne tulla ning saabumine siia on soodsa hinnaga ning kiire.

Kokku oli üle 60% soomlasi, kes külastas Tallinna seetõttu, et laevaühendus on kiire. Samas oli Soomest ka neid külastajaid, kelle reisimise põhjus oli soodne hinnatase või vanalinna arhitektuur.

Samuti oli suhteliselt suur Venemaalt pärit külastajate osakaal, kes külastasid Tallinna tänu heale ligipääsetavusele. Siinkohal peaks mainima head Helsinki ja Peterburi vahelist laevaühendust.

Samas kesk-euroopast – Saksamaalt, Itaaliast, Hispaaniast – külastatakse Tallinna pigem kultuurilise ja arhitektuurilise huvi tõttu.

Uuringust järelalus ka külastuskordade seos külastajate päritolumaaga (vt joonis 5). Tallinnat külastavate välituristide korduvkülastuste arv on seda suurem, mida lähemalt on külastajad pärit. Samas kesk-euroopast või kaugemalt pärit külastajad on siin pigem esmakordselt.



Joonis 5. Külastuskordade arvu seos päritolumaaga

Sellest tulenevalt võib öelda, et korduvkülastajad, kes suuremalt osalt on lähinaabrid on pigem rahul oma seniste külastuskogemustega ning külastavad Tallinna ka edaspidi.

Küsitluse käigus paluti külastajatel vastata 15 erinevale sihtkohaga seotud väitele. Esimene küsimustiku osa koosnes väidetest, kus külastajad pidid hindama oma ootusi sihtkohale. Teises küsimustiku osas olid esitatud samad väited aga tegelikele kogemustele põhinevalt. Esitatud väidetest 10 olid positived, 5 negatiivsed. Positiivne väide algas sõnaga “ootasin; lootsin” ja negatiivne väide sõnaga “kartsin”.

Vastused tuli märkida 5-palli Likerti skaalale vastavalt kas küsitletav oli väitega täiesti nõus (+4), osaliselt nõus (+2), osaliselt nõus, osaliselt mitte (0), pigem mitte nõus (-2) ja üldse mitte nõus (-4). Kõik antud tulemused kanti kodeeritud kujul tabelisse.

Järgnevas analüüsitabelis (vt Tabel 1) on iga küsimuse kohta eraldi välja toodud, kas ootused olid suuremad või väiksemad kui tegelikud kogemused ning sellest tulenevalt saab järeldada, kas reisisihtkoht suutis pakkuda piisavalt rahulolu võrreldes ootustega või mitte. Tabelis on toodud kõikide vastuste aritmeetiline keskmine.

Tabel 1. Tegelik külastusrahulolu vs ootused sihtkohale.

	OOTUSED		KOGEMUSED		
	keskmine ootus	st.hälve	keskmine kogemus	st.hälve	vahe
<i>Positiivsed küsimused</i>					
ILM	2.07	2.60	2.92	2.30	0.85
SADAMA PUHTUS	1.73	1.73	0.99	1.87	-0.75
MAITSEELAMUS	2.94	1.58	2.46	1.61	-0.48
SÕBRALIKKUS	2.60	1.86	2.14	2.32	-0.46
HINNATASE	1.26	2.30	0.80	1.82	-0.46
ARHITEKTUUR	3.70	0.72	3.26	1.02	-0.43
WIFI	0.74	2.81	0.48	1.88	-0.25
MUU PEALE VANALINNA	2.05	2.27	0.74	3.26	-1.31
TURISTISÕBRALIKKUS	3.26	1.10	2.76	1.86	-0.51
PIISAVALT TEGEVUST	3.08	1.49	3.15	1.28	0.07
	ootus negatiivsele	st.hälve	tegelik kogemus	st.hälve	vahe
<i>Negatiivsed küsimused</i>					
TRANSPORDI HIND	-2.24	1.94	-1.54	2.24	0.70
EBATURVALISUS	-2.48	1.52	-3.33	1.28	-0.85
EBASÕBRALIKKUS	-2.53	1.66	-2.71	1.64	-0.18
KEELEOSKUS	-2.37	2.10	-2.60	1.53	-0.23
ÖÖKLUBID	-1.68	2.40	-2.65	2.30	-0.97

Antud uuringu tulemustele põhinevalt saab väita, et üldiselt on välisküllastajate rahulolu sihtkohaga madalam kui esialgsed ootused. Samas kartused ei ole nii suured kui esilagu kardeti.

Suurima positiivse kogemuse said külastajad tänu heale ilmale, mis Tallinnas märtsi ja aprilli kuus valitses. Samuti olid küsitletud pigem rahul sellega, et Tallinn suutis madalhooajal pakkuda piisavalt tegevust. Muude näitajate osas paraku küsitletute kogemused jäid esialgsetele ootustele alla.

Suurim negatiivne kogemus oli seoses transpordi hinnaga, mis kulus sadamast kesklinna jõudmiseks. Kuigi sellekohane oli ka külastajate esialgne kartus, osutus tegelik kogemus veel negatiivsemaks.

Selleks, et eelnenud tabeli tõsidust hinnata on alljärgnevalt (vt Tabel 2) toodud välja t-testi p-väärtus ning korrelatsioon. Juhul kui t-testi väärtus on suurem kui $p > 0.05$ on olulisus tõestatud. Korrelatsioon on aga ühikuta suurus, mille väärtus jääb alati vahemikku -1 ja 1.

Kui korrelatsioonikordaja (r) on 0, korrelatsioon puudub. Kui korrelatsioonikordaja on $0.4 < r < 0.6$ on korrelatsioon keskmine ning $r > 0.6$ on korrelatsioon tugev.

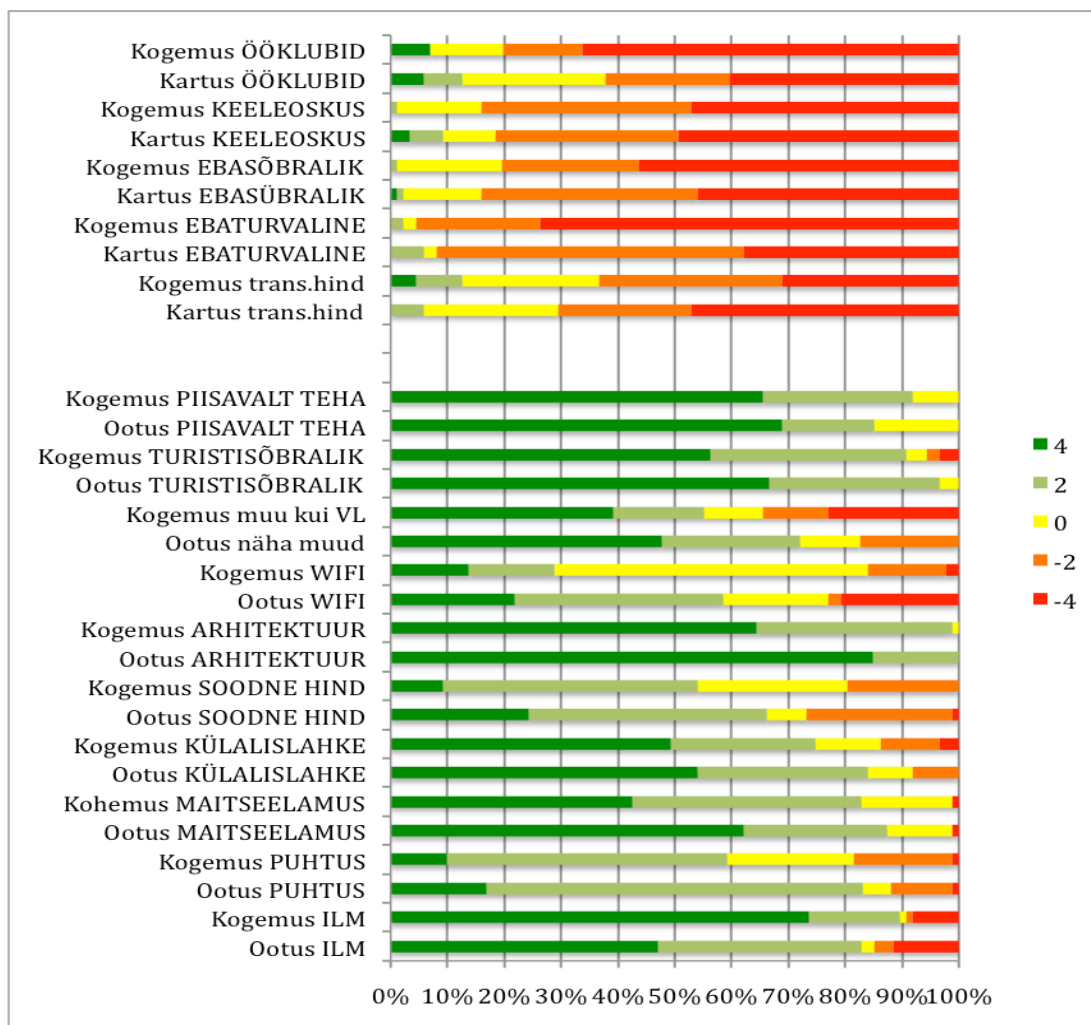
Negatiivse korrelatsiooni puhul on suhe vastupidine ehk ühe suuruse kasvades teine vastavalt väheneb.

Tabel 2. Ootuste ja kogemuste korrelatsioon ja paariviisilise t-testi p-väärtus

	Korrelatsioon	t-test p väärtus
<i>Positiivsed küsimused</i>		
ILM	0.61	0.0004
SADAMA PUHTUS	0.18	0.0018
MAITSEELAMUS	0.31	0.0078
SÕBRALIKKUS	0.67	0.0008
HINNATASE	0.43	0.0000
ARHITEKTUUR	0.30	0.0887
WIFI	0.22	0.1621
MUU PEALE VANALINNA	0.59	0.0000
TURISTISÕBRALIKKUS	0.15	0.4269
PIISAVALT TEGEVUST	0.18	0.3683
<i>Negatiivsed küsimused</i>		
	Korrelatsioon	t-test p väärtus
TRANSPORDI HIND	0.40	0.3831
EBATURVALISUS	0.55	0.0000
EBASÕBRALIKKUS	-0.24	0.0142
KEELEOSKUS	0.30	0.0130
ÖÖKLUBID	0.66	0.5804

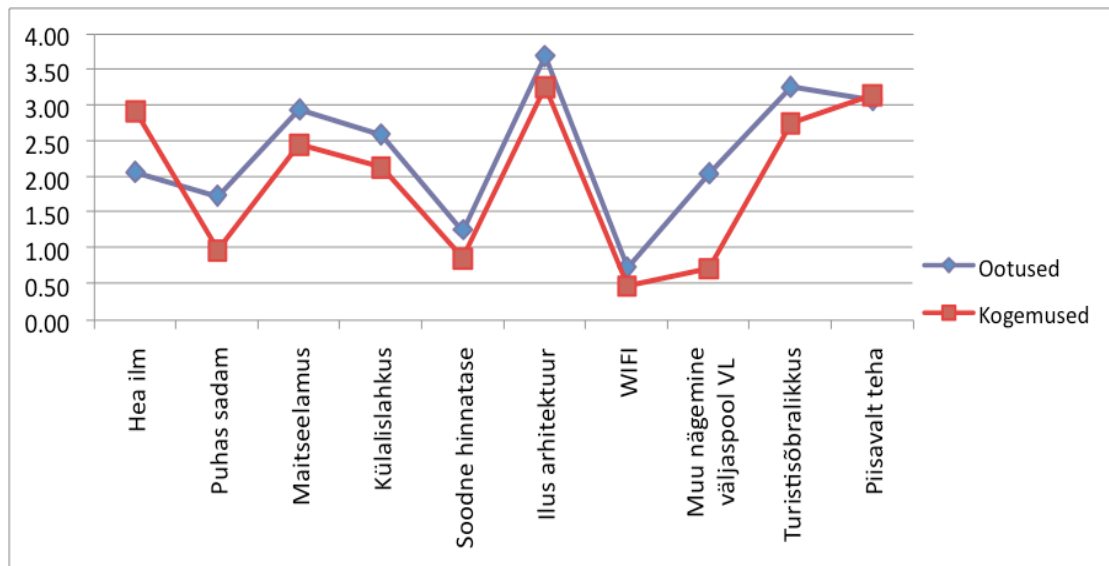
Antud tabeli põhjal võiks välja tuua seose öise meelelahutuse kohta, kus ilmneb selgelt, et külastajad, kelle jaoks ööelu Tallinnas on tähtis ning ootused olid kõrged, hea kogemuse osaliseks tegelikult ka said. Samuti korrelatsioon muude vaatamisväärsuste kohta, kus on selge seos sellel, et mida rohkem inimene soovis külastada kohti väljaspool Tallinna, seda suurema tõenäosusega ta seda ka tegi.

Ülevaate ootustest ja kogemustest küsimuste kaupa annab Joonis 6, kus igale ootusele ja kogemusele vastab külastaja poolt antud vastus ning jooniselt tuleb selgelt välja, et suurim erinevus on just “täiesti nõus” vastuse andmise vahel, kus kogemus on pea igas punktis madalam kui ootus.



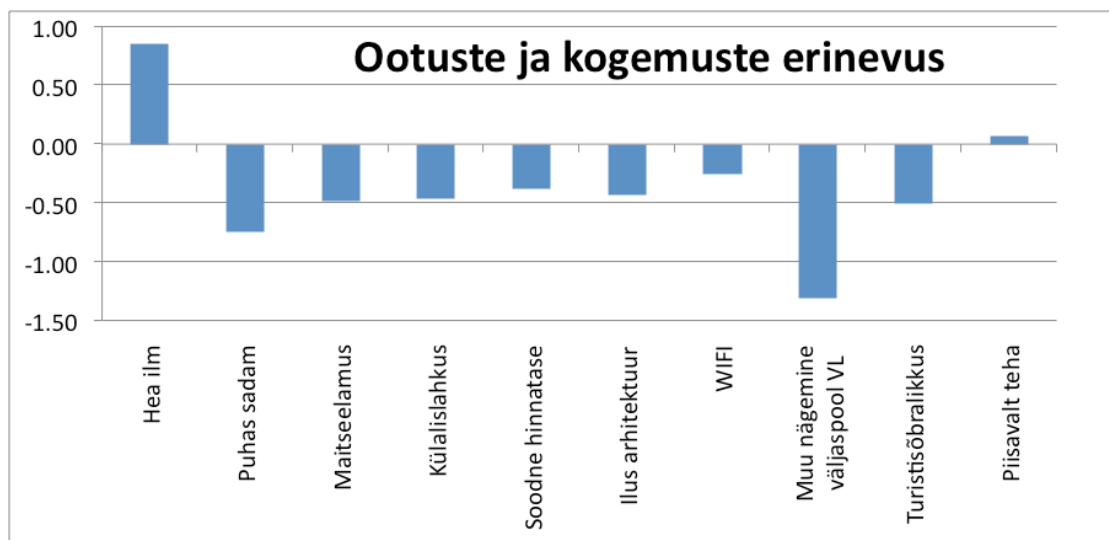
Joonis 6. Ootuste ja kogemuste võrdlus vastuste lõikes

Joonise esimene osa näitab vastuseid negatiivsetele väidetele, teine osa positiivsetele. Negatiivsete puhul on näha, kuidas tegeliku kogemuse diagramm on igas punktis, va. transpordi hinna osas suurem kui esialgne ootus. Sellest järeldub, et uuringus osalenud külastajate tegelikud kogemused ei osutunud sellisteks nagu esialgselt väidetud kartused. Vastupidi joonise teises osas, kus on välja toodud 10 positiivse väite diagrammid, on enamus vastuste rohelised ehk täielikult nõustuvad vastused kogemuste osas madalamad, kui ootustel.



Joonis 7. Külastajate ootused ning tegelikud kogemused sihtkohale

Läbiviidud küsitlusest järeldus (vt joonis 7), et külastajad ei saanud Tallinnat madalhooajal külastades piisavalt head reisielamust ning nende külastuskogemused (vt joonis 8) jäid enamuses küsitletud punktides ootustele alla.

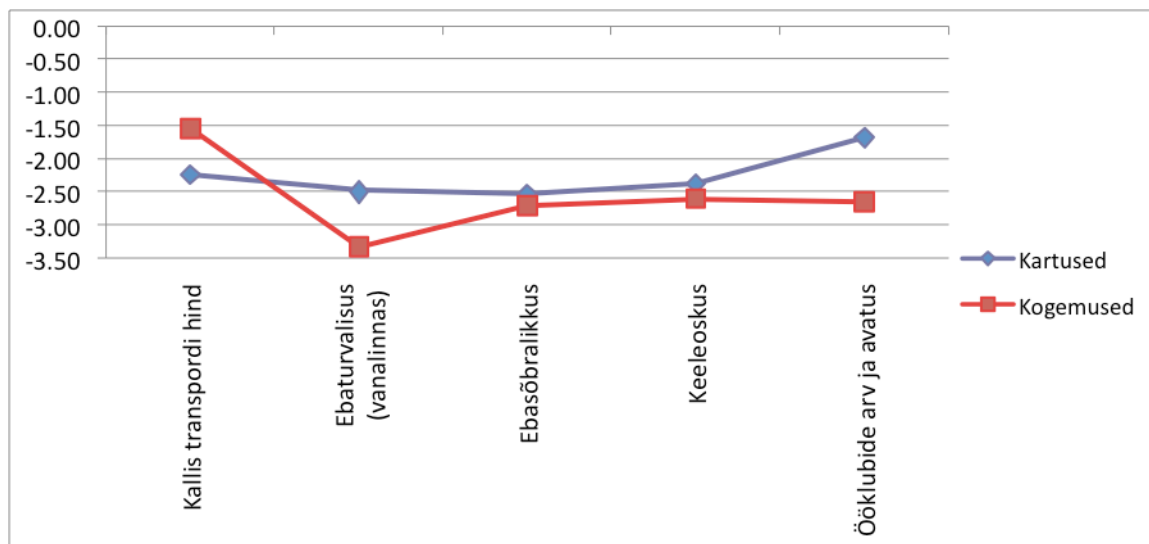


JOONIS 8. Külastajate ootuste ja kogemuste erinevus.

Suurim pettumus positiivselt esitatud väidete kohta oli sadama puhtuse ning väljaspool vanalinna külastamise võimaluse kohta. Lisaks eelpoolmainitule jäi negatiivne kogemus ka kõigi muude puhktide, v.a. eelpool mainitud ilma ning piisava tegevuse kohta. Teisisõnu võib antud küsitluse põhjal väita, et sel madalhooajal oli ilm Tallinas hea ning külastajatel oli piisavalt tegevust Tallinna vanalinnas ning otsest igavust tundma ei pidanud.

Teisalt ei olnud Tallinna vanalinn oma vaatamisväärsuste ja ajaveetmis võimalustega just nii kõrgel tasemel kui seda esialgu oodati. Maitseelamusi küll saadi ning üldine teenindustase on külalislahke, ei piisanud sellest ootuste ületamiseks.

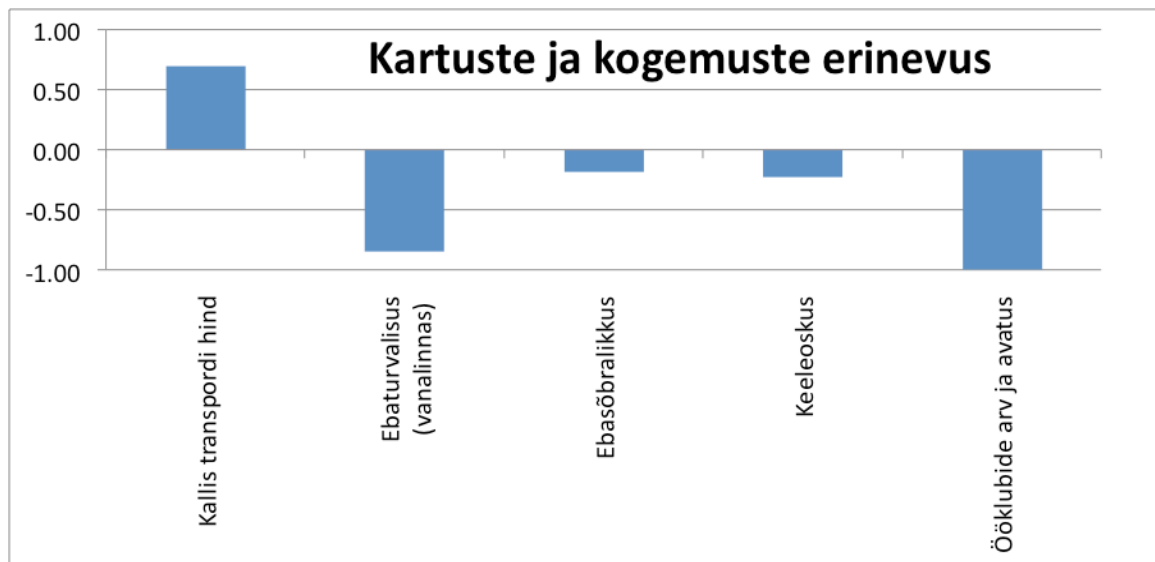
Kuna viis väidet olid esitatud negatiivses negatiivses võrmis, on nende kohta toodud välja eraldi joonis (vt joonis 9), kust näha esialgsed kartused ning tegelik külastuskogemus.



Joonis 9. Külastajate kartused ning tegelikud kogemused sihtkohas

Seoses negatiivselt esitatud väidetega tuleb ka antud joonisel olevaid graafikuid lugeda vastupidiselt. Kõige suurem kartus külastajate hulgas oli see, et õhtused ajaveetmisvõimalused on seoses madalhooajaga piiratud. Tegelikuses oli aga õhtuseid ajaveetmisvõimalusi piisavalt ning sarnaselt teistele kartustele ei osutunud see tõeks.

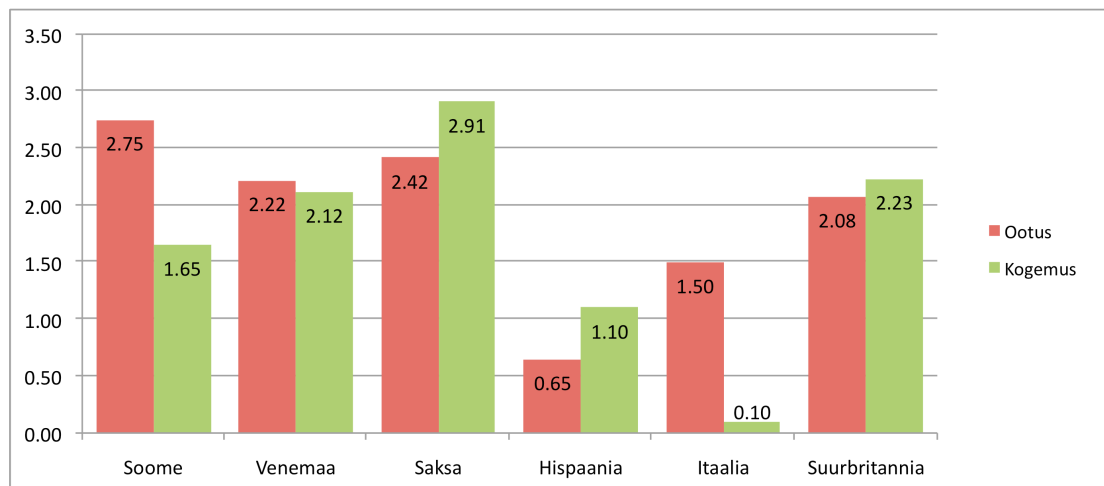
Samuti võib antud uuringus osalenud külastajate kohta öelda, et Tallinn on piisavalt turvaline ning sõbralik sihtkoht, mille teenindajad räägivad ka vaatamata madalhooajale piisavalt võõrkeeli. Enamus küsitluid olid seda meelt (vt joonis 10), et Tallinna tänavatel liiguvad pigem sõbralikud inimesed kuid mõistliku hinnaga sadamast kesklinna või hotelli pääseda ei ole paraku võimalik.



JOONIS 10. Küllastajate kartuste ja tegelike kogemuste erinevus

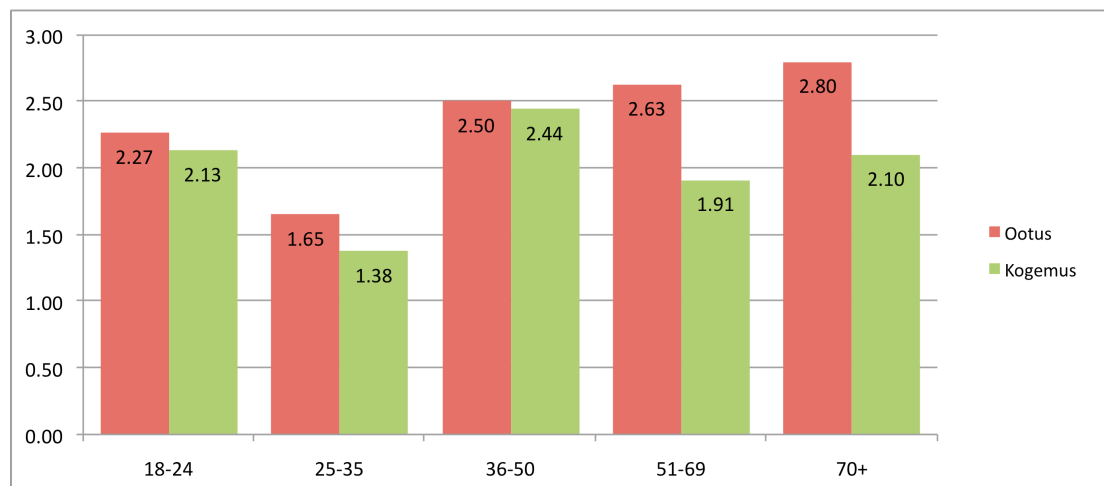
Ainukene kartus seoses kõrge transpordi hinnaga sadamast hotelli või kesklinna osutus tõeks. Tegelikult kujunes kogemus ehk transpordi hind veel suuremaks kui seda küllastajad esialgu kartsid.

Rahvuste lõikes on kõige suuremate ootustega Tallinnale kui sihtkohale soomlased, kes on ka ise kõige suurem sihtgrupp. Samuti on kõige suurem ootuste ja kogemuste vahe just soomlastel ehk kõige rohkem pettusid tegelikes kogemustes just nemad. Autor arvab, et selle põhjustab asjalolu, kus soomlased on kõige usinamad korduvküllastajad ning nende eelmised kogemused ning nendest tulenevad seekordsed ootused sellele reisile olid kõrgemad. Põhjus sellele võib peituda just praegusel madalhooajal, sest eelmine külustus võis olla suvel, kus ilm oli veel ilusam, tegevust rohkem, meeleolu positiivsem ning teenindustase parem.



Joonis 11. Ootused ja kogemused päritolimaade järgi

Negatiivse kogemuse osaliseks said antud küsitluse põhjal (vt joonis 11) ka itaallased kuid märkimisväärssem on fakt, et lisaks itaallastele olid väga madalad ootused sihtkohale ka hispaanlastel. Põhjuseks võib eeldada nende puudulikku teadmisi Tallinna kohta enne saabumist ning sellest tulenevalt ei osatud seada ka kõrgeid ootusi. Samas hispaanlaste kogemused olid suuremad kui nende ootused.

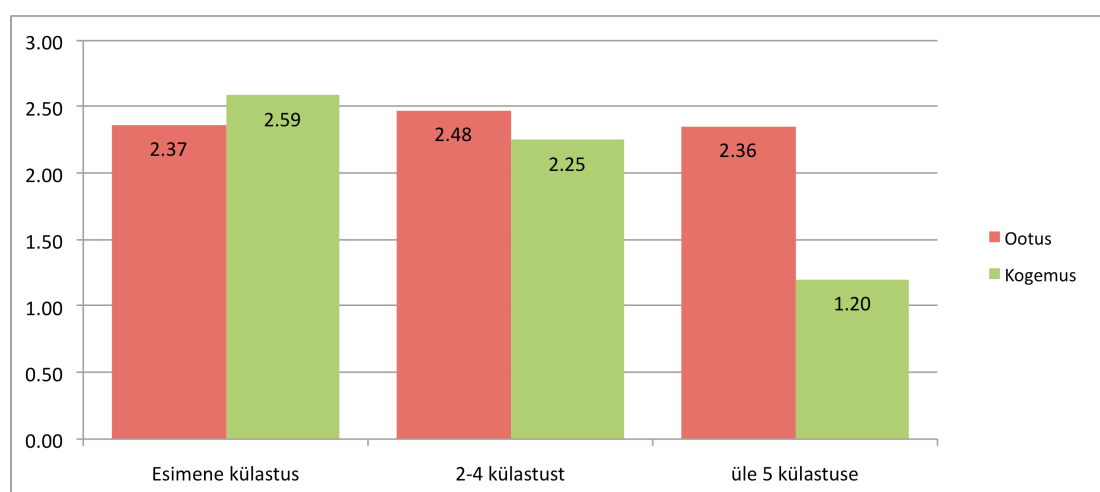


Joonis 12. Ootused ja kogemused vanusegruppide kaupa

Vanusegruppide lõikes (vt joonis 12) ei saa uuringutulemustele põhinedes väga täpseid järeldusi teha. Stabiilselt madalamad on kõikide vanusegruppide kogemused kuivõrd märkimisväärselt negatiivseks läheb ootuste ja kogemuste vahe just vanemate reisijate seas.

Võib arvata, et vanematel reisijatel on rohkem reisikogemust ning nende ootused on seetõttu ka natuke kõrgemad. Kõige madalamad on ootused 25-35 aastaste külastajate hulgas ning uuringust tulenevalt, kõige madalamad on ka nende kogemused.

Uuringu tulemustele tuginedes selgub, et olenemata eelnevatest külastustest Tallinnasse (vt joonis 13) on kõikidel, nii esmakülastajatel kui mitmendal külastusel olevatel turistidel samasugused ootused sihtkohale. Samas kogemuste osas on näha selgeid erinevusi. Mida rohkem ollakse Tallinna külastanud, seda madalam on rahulolu sihtkohaga.



Joonis 13. Ootused ja kogemused korduvkülastuste lõikes

Esmakülastajate tegelik rahulolukogemus ületab esialgseid ootusi. Võib arvata, et nende jaoks oli põhiline Tallinna vanalinn ning sealsed vaatamisväärsused. Samas külastajatel, kes on Tallinnas rohkem kui 5 korda on kogemused märkimisväärselt madalamad kui ootused. Nende jaoks ei ole esmatähtis enam vanalinn ja vaatamisväärsused vaid soov näha ja kogeda Tallinnat väljaspool vanalinna, kohtuda sõbralike inimestega, saada suurepärase maitseelamuse ning nautida heatasemelist teenindust.

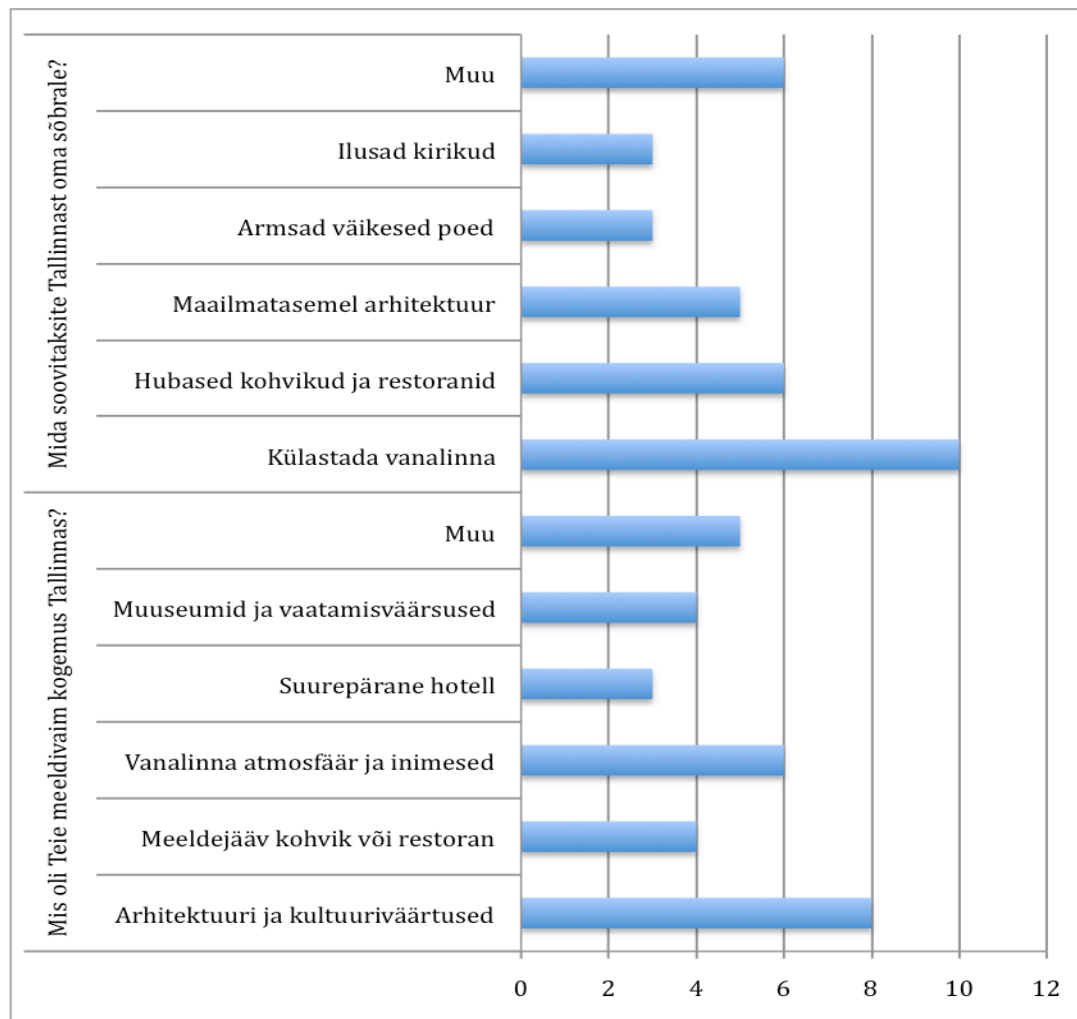
Nagu uuringu tulemustest järeldus, olid kõikides eelmainitud punktides aga külastajate kogemused madalamad kui esialgsed ootused ning sellest tulenevalt ka nii madal rahulolunäitaja.

Viimane osa küsimustikust olid avatud küsimused, millega autor soovis saada täpsemat tagasisidet külastuselamuse ja parandusettepanekute kohta. Küsimused olid järgnevad:

- Mis oli Teie meeldivaim kogemus Tallinnas?
- Mida soovitaksite Tallinnast oma sõbrale?

Vastuste analüüsimisel kasutati kontentanalüüsi (vt Joonis 14).

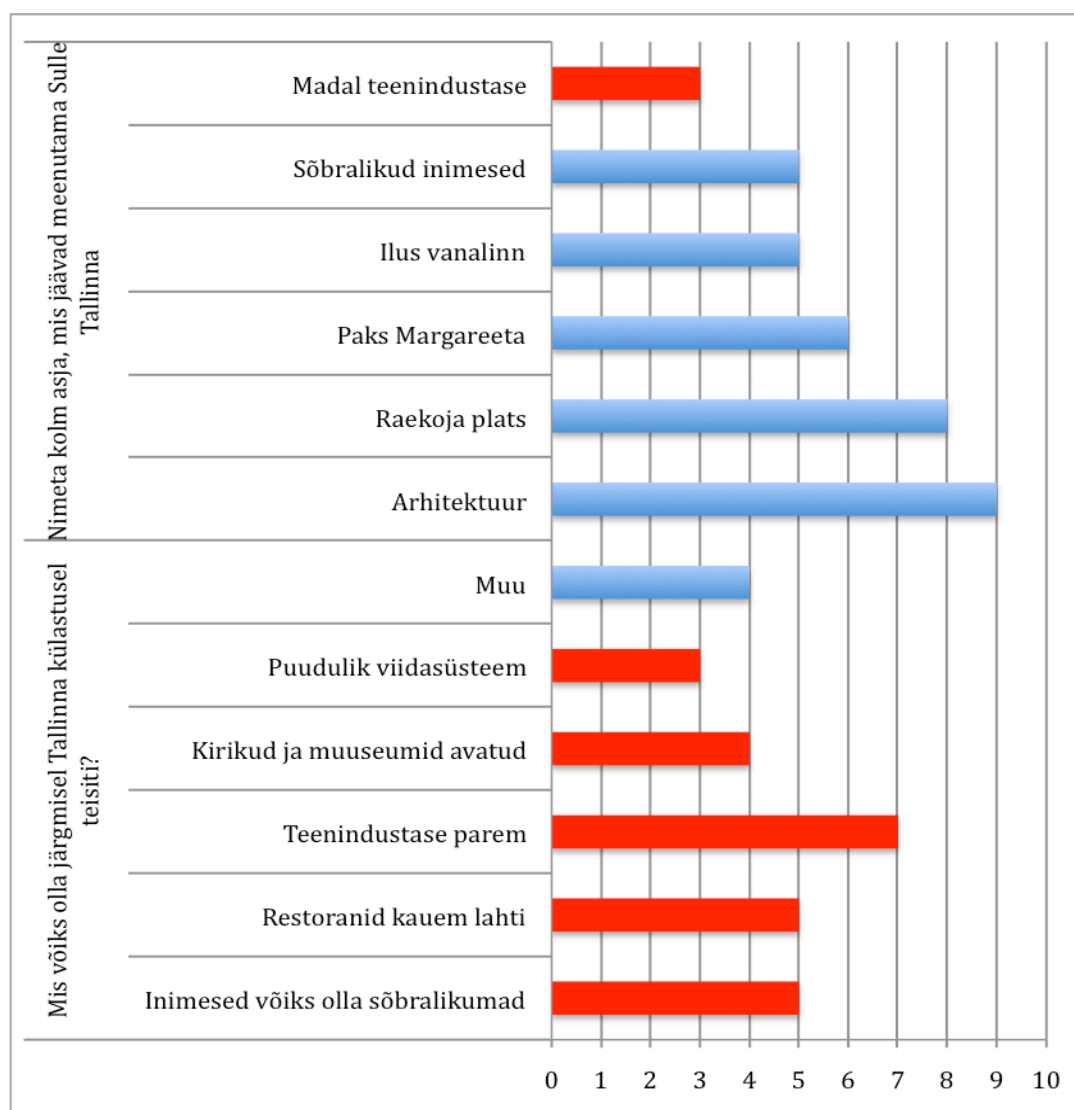
Meeldivaima kogemuse ning tuttavatele külastussoovituste andmise vahel võib näha selget seost. Kõige enim mainiti meeldivaima kogemuse osas arhitektuuri- ja kultuuriväärtusi ning vanalinnas olevat atmosfääri, sõbralikke inimesi ning vaatamisväärsuseid.



JOONIS 14. Kontentanalüüs avatud küsimustest

Tuttavatele külastuse soovitusel andmisel on samuti kõige rohkem mainitud vanalinna külastust, maailmatasemel arhitektuuri ning hubaseid kohvikuid ning restorane. Nende viimaste osas võib tõmmata teatud määral paralleeli eelpoolmainitud atmosfääri ja sõbralike inimestega. Seega on küsitletud turistid meeleldi valmis oma häid kogemusi tutvavatele edasi soovitama.

Viimase kahe küsimusega (vt joonis 15) soovis autor teada, mis võiks järgmisel külastusel olla teisiti ning millised on peamised mälestused Tallinnast. Antud joonisel on punasega märgitud negatiivsed punktid, mis avatud küsimustest välja tulid.



JOONIS 15. Kontentanalüüs ettepanekutest

Vaadates küsitlusest välja toodud ettepanekuid, mis võiksid järgmisel külastuskorral olla teisiti, vajab kindlasti ära märkimist madal teenindustase. Kas on põhjuseks

madalhooaeg, kus paljud ettevõtted kasutavad soodsamat, väljaõppeta tööjõudu või on see üldine teeninduse olukord jääb antud juhul teadmata.

Teise negatiivse punktina on välja toodud liiga vara suletavad kohvikud, restoranid ning ka muud asutused, mida Tallinnas olles oleks soovitud külastada. Põhjuseks on kindlasti lühikene sihtkohas viibitud aeg mille jooksul külastajad korraga võimalikult palju näha ja kogeda sooviksid.

Enimmainitud mälestustest Tallinnas on läbivaks teemaks vanalinn ja selle vaatamisväärsused. Seejärel vanalinnas olevad sõbralikud inimesed, kellest eeldatavasti enamuse moodustavad teised turistid.

Kohalikud inimesed, kellega külastajatel on olnud kokkupuude oma külastuse jooksul on enamuses teenindajad ning just madal teenindustase on see, mis jääb negatiivsena meenutama Tallinna kui sihtkohta.

3.2. Arutelu ja ettepanekud

Antud uuringu tulemustele põhinedes tundub autorile üllatav, et küllaltki palju toodi negatiivsete näidetena välja halba teenindustaset ja ebapiisavat sõbralikkust teeninduses. Usutavati on põhjus madalhooajas, kus paljud väiksemad ettevõtted on kulude kokkuhoiuks palganud tööle madala kvalifikatsiooniga tööjõudu ning väljaõpe ei ole olnud piisav. Täpset sama olukorda on kirjeldanud mitmed autorid, kus madalhooaeg mõjutab tugevalt stabiilset tööjõunõudlust ja kvaliteeti (Ball 1988; Ashworth ja Thomas 1999; Baum 1993; Flongfelt 2001).

Huvitav ning samas vajalik oleks analoogne uuring viia läbi ka kõrghooajal ning võrrelda selle tulemusi antud uuringuga. Sellest järelduks, kas antud olukord valitseb vaid tänu madalhooajale või peegeldab see Tallinna teenindusasutuste tegelikku taset.

Tuginedes Soutarile (2001) kes väitis, et teeninduse kvaliteet on otseselt seotud külastuse rahuloluga ning tõstes teeninduse kvaliteeti, tõuseb ka rahulolu sihtkohaga, on antud uuringu tulemused küllaltki hirmuäratavad ning rahuloluuuringu tulemused mõistetavad – teeninduskvaliteet sihtkohas on madal ning samuti ka rahulolu sihtkohaga.

Samas ütles Ferrario (1979), et turistid valivad oma sihtkoha vaid tuginedes isiklikele ootustele ning tajudele, lausumata sõnagi eelnenud reisikogemustest. Teisalt Arnould ja Price (1993) väitsid, et suurim kogetud rahulolu on see, kui enne kogetut puuduvad igasugused ootused.

Kellel on rohkem õigus, jääb antud töös tõestamata kuid läbiviidud uuringust selgus, et madalhooaja külastuselamusega rahulolu on valdavalt negatiivsem kui esialgsed ootused. Eriti valdkondades mis puudutavad üldist teenindustaset, turisticõbralikkust ning puhtust. Teisalt küsitluses väidetud negatiivsed kartused ei osutunud sedavõrd tõsisteks ning ei turvalisuse, ebasõbralikkuse ega teenindajate keeleoskusega otsest pettumust ei olnud.

Selleks, et antud olukorda parandada ning tulevikus analoogse uuringu rahulolutulemused oleksid paremad, peaks antud töö autori arvates tegema mõningad muudatused:

- Tallinna taksonduse reorganiseerimine ning piirhindade kehtestamine
- Organiseeritud transfeer-liinide käivitamine sadama, lennujaama ja kesklinna vahel
- Küllastajatele transpordivõimaluste aktiivne ja arusaadav teavitustöö nii saabudes kui lahkudes
- Täielikult uuendada viidasüsteeme vanalinnas ja selle ümbruses
- Märkida kaartidele soovituslikud liikumisteed arvestades erinevaid sihtgruppe ning huve
- Lihtsustama välisküllastajatele väljapääsu vanalinnast ehk teisisõnu aitama turistidel näha ka muud kui Tallinna vanalinn
- Kohalikke elanikke teavitama rohkem turistide tähtsusest
- Üle vaatama muuseumide ja vaatamisväärsuste lahtiolekuajad ja seda eriti madalhooajal
- Teavitama aktiivsemalt turiste Tallinnas toimuvatest üritustest
- Turundama Tallinnat kui sihtkohta

Autor on veendunud, et viies sisse lihtsad muudatused, suudaks Tallinn olla märkimisväärselt atraktiivsem sihtkoht ning pakkuda siinsetele külastajatele palju suuremat külastusrahulolu kui antud uuringust selgus.

Eriti tuleb tähelepanu pöörata 50+ vanusegrupi rahulolu suurendamisele. See on väga suur ja palju reisiv sihtgrupp, kelle rahulolu suurendamiseks on eelkõige vaja kvaliteetset teenust ja soodne hind seejuures ei pruugi alati olla esmatähtis.

Paljud ülalmainitud ettepanekud sobivad otseselt ka selle sihtgrupi rahulolutegurite suurendamiseks aga tähtsaima punktina näeb autor just kvaliteetse ja kõrgetasemelise teeninduse tagamist ning puhast ja sõbralikku keskkonda.

Teine märkimisväärne sihtgrupp, kelle rahulolukogemust on kindlasti vaja suurendada on soomlased. Kuigi vaid mõne kuu jooksul madalhooajal ei ole soomlaste osakaal Tallinnat külastavate turistide seas esmakohal, on nemad vaieldamatult kõige tähtsam ja suurem sihtturg, kuhu Tallinnat kui külalislahket sihtkohta müüa.

Esmajärjekorras tuleb üksikutel teenusepakkujatel tõsta madalhooaja teenindusvaliteeti, vaadata kriitiliselt üle teenuse pakkumise ajad ning mõista turistide tähtsust nii üksikult kui majanduslikul tasemel.

Samuti tuleb Tallinnal olla turistidele rohkem avatud linn koos selgete ja üheselt mõistetavate viitade, suunamiste, avalike teenuste ning üldise korrashoiuga.

Kokkuvõte

Arvestades olukorda tänapäeva Tallinna turismis, kus madalhooajal külastajate arv on stabiilselt kavanud viimased kolm aastat järjest ning käesoleva aasta esimene kvartal ületas taaskord eelmise aasta samad näitajad, tundub üldine rahulolu sihtkohaga hea olevat.

Samas on käesoleval aastal lõpetamisel või juba lõpetatud mitmed lennuühendused, pea olematuks on muutunud Tallinna kui sihtkoha turundamine sihtturgudele ning paari aasta tagune kultuuripealinna tiitel on üha rohkem unustusse vajumas.

Sellet tulenevalt on antud töös võetud uurimise alla madalhooajal Tallinnat külastavate välisturistide rahulolu külastuselamusega, sest autori arvates on rahulolu sihtkoha külastuselamusega määrava tähtsusega ning positiivsel suust-suhu turundusel on väga tähtis roll korduvkülastustele kui ka seeläbi turistide hulga suurenemisele.

Töö eesmärk oli uurida madalhooajal Tallinnat külastavate turistide külastusrahulolu ning tulemustest lähtuvalt teha ettepanekuid madalhooaja külastuselamuse parandamiseks.

Vastavalt püstitatud eesmärgile on autor viinud läbi madalhooajal Tallinnat külastavate turistide seas rahuloluuuringu. Kuu aja jooksul, 15.märts kuni 15.aprill küsitleti Tallinna vanalinnas 87 väliskülastajat.

Küsitlus oli üles ehitatud vastavalt HOLSAT meetodile, mis põhinedes teoreetilistele allikatele on parim võimalik sihtkoha rahuolu mõõtmise mudel. Tema erinevus teistest (nt SERVQUAL) uurimismeetoditest seisneb selles, et on võimalik hinnata sihtkoha kui terviku rahulolu ning samal ajal võttes arvesse nii külastajate ootusi kui ka tegelikke külastuskogemusi.

Küsitluses esimeses osas oli kasutatud 15 väidet, millest 10 olid vormistatud positiivses, 5 negatiivses võtmes. Positiivsed väited algasid sõnadega “lootsin; ootasin” ja negatiivsed sõnaga “kartsin”. Teises osas olid esitatud samad väited tegelike külastuskogemuste kohta. Vastata said küsitletud 5 pallisel Likerti skaalal, kus igale väitele sai valida vastuseks “täiesti nõus”, “pigem nõus”, “osaliselt nõus, osaliselt mitte”, “pigem mitte nõus” või “üldse mitte nõus”.

Kõik vastused kanti tabelisse kodeeritud kujul vastavalt numbritega 4, 2, 0, -2 ja -4 ning antud tabeli põhjal sai välja arvestada külastajate keskmised ootused ning tegelikud kogemused.

Lisaks olid küsimustikus demograafilised küsimused ning lõpus ka avatud vastustega küsimused, mille kokkuvõtte on antud töös esitatud kontentanalüüsina.

Antud töös oli püstitatud hüpotees, kus autor väitis, et Tallinn suudab hetkel olla piisavalt atraktiivne sihtkoht ja pakkuda madalhooaja külastajatele piisavalt külastusrahulolu.

Töö käigus läbi viidud küsitlusest selgus, et valdavalt on Tallinnat madalhooajal külastavate turistide tegelik külastuskogemus madalam kui esialgne ootus. Positiivsena saab välja tuua vaid ootustest kõrgema kogemuse ilmale ning eeldatavasti tulenevalt sellest ka piisava tegevusvõimaluste valiku. Samas ei ole see sõltuv või mõjutatav sihtkohajuhtude poolt.

Kõikides muudes küsitletud punktides olid väliskülastajate kogemused madalamad kui esialgsed ootused. Seda nii teeninduskvaliteedi, külalislahkuse, arhitektuuri, maitseelamuse ja muude küsitletud punktide osas.

Positiivsena võib välja tuua negatiivsetest väidetest selgunud tulemuse, mille põhjal üldiselt esialgsed kartused ei osutunud tõeks. Tallinn kui sihtkoht ei ole väliskülastajatele ebaturvaline ning teenindajate keeleoskus vaatamata madalhooajale on piisav.

Samas oli suur negatiivne kogemus seoses transpordi hinnaga, kus paluti külastajatel määrata oma esialgne kartus ning seejärel tegelik kogemus. Küsitlusest ilmnas, et enamuse väliskülastajaid ei osanud seda pigem mitte karta aga tegelikkuses valmistas see paljudele pettumuse.

Samuti tuli läbiviidud uuringu põhjal välja suur erinevus sihtgruppide kaupa. Huvitavamate tähelepanekutena vajab äramärkimist, et kõige suurem rahulolematust valdab küsitletutest üle 50 aastaseid soomlasi. Samas kõige suurem rahulolunäitaja oli keskeuroopast pärit külastajatel.

Põhinedes antud uuringu tulemustele selgus, et töö alguses püstitatud hüpotees ei pea osaliselt paika. Tuginedes statistilistele näitajatele suudab Tallinn hetkel küll olla atraktiivne sihtkoht kuid mitte pakkuda madalhooajal piisavat külastusrahulolu.

Töö eesmärgiks oli uurida Tallinna madalhooajal külastavate turistide külastusrahulolu ning tulemustest lähtuvalt teha ettepanekud madalhooaja külastuselamuse parandamiseks.

Antud eesmärgid töö käigus ka saavutati ning autor on veendunud, et antud muudatusettepanekute elluviimisel tõuseks märgatavalt välisturistide külastuselamuse rahulolu. Selle kinnituseks oleks loomulikult tarvis antud uuringut mõne aja möödudes korrata ning tulemuste võrdlusanalüüs annaks sellele kinnitust.

Summary

TOURIST SATISFACTION DURING LOW SEASON VISIT EXPERIENCE IN TALLINN

Martin Söld

The number of tourists visiting both Europe in general, as well as Tallinn in particular, has grown steadily in recent years. According to data from Statistics Estonia, the number of people who stayed in accommodation establishments in Tallinn grew 4% in the last year. Continued growth in 2012 meant a record result for tourism for the third consecutive year.

However, economic predictions for Tallinn show a drop in growth in 2013, resulting from the interruption of many flight connections and inadequate attention to the tourism economy. It is hard to find accommodations during the summer season and therefore the only way to increase the number of tourists is at the expense of the low season.

According to Statistics Estonia, the low season in the hotel industry runs from January to April, when the average accommodation rate is below 40%. In May, this figure will rise above 50% and the transition to the high season will begin.

Consequently, this paper posits the question of what expectations are held by tourists who visit Tallinn as their destination during the low season and what are their actual experiences turn out to be.

Satisfaction with the destination is mostly affected by whether the tourists visit the destination again and whether they would recommend it to their friends. In addition to traditional marketing, visiting decisions are also largely affected by word-of-mouth marketing.

The author believes that this topic is very timely and that tourist satisfaction with Tallinn as their destination is the most important argument for increasing the number of foreign visitors. As the opportunities to increase the number of tourists during high season are limited, due to logistical issues, the best opportunity to achieve the goal is during the low season.

Based on the research question, the author poses the hypothesis that Tallinn can be an

attractive destination for visitors and offer visitors satisfaction during the low season. Visitor satisfaction, in turn, means a positive visiting experience and, consequently, a future increase in the number of visitors can be expected.

This work shows the expectations of low-season tourists for Tallinn, and what the actual experience will be. The difference between these two values shows the actual tourist satisfaction and the bottlenecks, which currently inhibit the development of the low-season and tourism attractions.

The aim of this study is to research low-season tourist satisfaction in Tallinn and, based on the results, make suggestions to improve the visitor experience during the low season.

Based on theories used in this field, the author has chosen to measure the customer satisfaction during the low season, using the HOLSAT (*Holiday Satisfaction*) model, developed for that purpose. Surveying was chosen as the most suitable research method and up to 90 foreign visitors were interviewed in Tallinn's Old Town. Survey results provide insight, on the one hand, about what the expectations held by tourists for Tallinn as a tourist destination and, on the other hand, what are their actual experiences there. Results also reveal the main bottlenecks, which currently inhibit the tourist activity during low season.

The aim of the work was to research the low season tourist satisfaction in Tallinn, and, based on the results, make suggestions to improve the visitor experience during the low season.

The author has conducted a satisfaction survey among low season tourists in Tallinn, in accordance with the stated purpose. A total of 87 foreign visitors were surveyed, using questionnaires, in Tallinn's Old Town in the course of month long period, from 15 March to 15 April.

The survey was structured according to the HOLSAT method, which, according to theoretical sources, is the best possible model for measuring destination satisfaction. Its difference from other (e.g. SERVQUAL) research methods lies in the fact that it is possible to assess the satisfaction with the destination as a whole, while taking into account the expectations of visitors and their actual experiences.

The first part of the survey contained 15 statements, 10 of which were worded positively, and 5 negatively. Positive statements began with words "I hoped; I

expected" and negative statements with "I was afraid that". The second part included the same claims with actual visiting experiences. The surveyed people answered, using the 5 point Likert scale, where each statement included options "strongly agree", "partly agree", "partly agree, partly disagree", "partly not agree" or "strongly disagree".

All responses were coded using numbers 4, 2, 0, -2 and -4 and entered into the table, which was then used to calculate the average visitor expectations and actual experiences. Since some statements were presented as fears, i.e. in negative format, the negative and positive statements were provided in separate drawings for the sake of clarity.

The questionnaire also contained demographic questions and open-ended questions, the summary of which is presented as a content analysis.

The author set a hypothesis, claiming that Tallinn can currently be a sufficiently attractive destination and offer visitor satisfaction for tourists during low-season.

The survey conducted in the course of this work, revealed that the actual visitor experience of low season tourists in Tallinn is lower than initial expectations. The only positive result is that the expectations for weather were lower than the actual experience and presumably a wider range of activities.

In all other questions, the experiences of foreign visitors were lower than initial expectations. This in the quality of services, hospitality, architecture, culinary experience and other surveyed issues.

A positive result among negative results was that, in general, the initial fears did not prove to be true. Tallinn, as a destination, is not unsafe for foreign visitors and the language skills of the service sector are sufficient, despite the low season.

However, a major negative experience was related to the cost of transport, were visitors were asked to define their initial fears and then the actual experience. The survey revealed that most of foreign visitors had not expected that and the real experience was disappointing to many.

The survey also revealed a large gap based on target groups. It is interesting to note that Finns over the age of 50 were the most dissatisfied, whereas visitors from Central-Europe had the greatest satisfaction rates.

The survey results revealed that the hypothesis set at the start of the work is partially wrong. Based on statistical indicators, Tallinn can currently be an attractive tourist destination, but is unable to provide sufficient levels of visitor satisfaction during the low season.

The aim of this work was to research low-season tourist satisfaction in Tallinn and, based on the results, make suggestions to improve the visitor experience during the low season.

The aims of the work were achieved and the author is convinced that the implementation of provided suggestions would increase visitor satisfaction considerably. This, of course, should be tested by repeating the study after some time and conducting a comparative analysis of the results in order to confirm the claim.

Kasutatud kirjandus

- Allcock (1989). "Seasonality". In Witt S.F. e Moutinho L., *Tourism Marketing and Management Handbook*. Cambridge: Prentice Hall.
- Alvaro Matias, Peter Nijkamp, Manuela Sarmiento (2011) "Tourism Economics" Springer Hedelberg Dordrecht
- Arnould, E. J., & Price, L. L. (1993). River magic: Extraordinary experience and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research*, 20, 24–45.
- Ashworth, J. & Thomas, B. (1999) Patterns of seasonality in employment in tourism
- Ball, R. M. (1988). Seasonality: a problem for workers in the tourism labour market? *Service Industries Journal*, 8 (4): 501-513
- Baum, T. & Lundtorpe, W (2001. (a cura di) *Seasonality in Tourism*. Oxford: Pergamon
- Baum, T. (1999). Seasonality in tourism: understanding the challenges. Introduction. *Tourism Economics, Special Edition on Seasonality in Tourism*, 5 (1): 5-8.
- Baum, T. & Hagen, L. (1999). Responses to seasonality: the experiences of peripheral destinations. *International Journal of Tourism Research*, 1 (5): 299- 312.
- Baum, T. (1998). *Responding to Seasonality in Peripheral Destinations, Insights*, January, London: BTA/ETB, pp.A107-115.
- Butler, R. W. (2001). "Seasonality in Tourism: Issues and Implications".
- Butler, R.W. & Mao B. (1997). "Seasonality in Tourism: Problems and Measurement". In P. Murphy (ed.) *Quality Management in Urban Tourism*. Chichester: Wiley & Sons
- Butler R. W. (1994). "Seasonality in Tourism: Issues and Problems". In A. V. Seaton (ed.) *Tourism: the State of the Art*. Chichester: Wiley & Sons.
- Campbell, R. (1995). "Managing Seasonality: Hotels in the Highlands and Islands of Scotland". University of Paisley, Department of Economics and Management, Working Papers N. 82. Paisley.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1994). SERVPERF versus SERQUAL: Reconciling performance-based and perception-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58, 125–131.
- Donatos, G. & Zairis, P. (1991). Seasonality of foreign tourism in the Greek Island of Crete. *Annals of Tourism Research*, 18 (3): 515-519.
- Drakatos, C. (1987). Seasonal concentration of tourism in Greece. *Annals of Tourism Research*, 14 (4): 582-586.
- Fitzpatrick Associates (1993). *All-Season Tourism: Analysis of Experience, Suitable Products and Clientele*. Commission of the European Communities. Directorate-General XXIII - Tourism Unit. Luxembourg .
- Flognfeldt, T. (2001). "Long-Term Positive Adjustments to Seasonality: Consequences of Summer Tourism in the Jotunheimen Area, Norway". In T. Baum & S. Lundtorp (eds.) *Seasonality in Tourism*. Oxford: Pergamon.

- Frechling, D. C. (2001). *Forecasting Tourism Demand: Methods and Strategies*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Ferrario, F. F. (1979). The evaluation of tourists resources: An applied methodology. *Journal of Travel Research*, 18–23.
- Hu, Y., & Richie, J. R. B. (1993). Measuring destination attractiveness: A conceptual approach. *Journal of Travel Research*, 25–34.
- Goulding, P. J. (2006). *Conceptualising supply-side seasonality in tourism: a study of the temporal trading behaviours for small tourism businesses in Scotland*, PhD Thesis, Glasgow: Business School, Strathclyde University.
- Gustafson, P. (2002). Tourism and Seasonal Retirement Migration, *Annals of Tourism Research*, 29 (4): 899-918.
- Hartmann, R. (1986). Tourism, seasonality and social change. *Leisure Studies*, 5 (1): 25-33.
- Higham, J. & Hinch, T. D. (2002). Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism Management*, 23 (2): 175- 185.
- Hinch, T. D. & Jackson, E. L. (2000). Leisure constraints research: its value as a framework for understanding tourism seasonality. *Current Issues in Tourism*, 3 (2): 87-106.
- Jeffrey, D. & Barden, R. R. D. (1999). An analysis of the nature, causes and marketing implications of seasonality in the occupancy performance of English hotels. *Tourism Economics*, 5 (1): 69-91.
- Koenig, N. & Bischoff, E.E. (2005). Seasonality: The State of The Art. *International Journal of Tourism Research*, 7, 201-219.
- Kusnets, S. (1933). *Seasonal Variations in Industry and Trade*. New York: National Bureau of Economic Research.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism. Economic, Physical and Social Impacts*. Essex: Longmann.
- Moutinho, L. (1987). Consumer behavior in tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 1–44.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism, A Community Approach*. London: Methuen.
- Moore, T.W. (1989), *Handbook of business Forecasting*
- Owens, D. J. (1994). The all-season opportunity for Canada's resorts. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 35(5): 28-41
- Soutar, J. N. (2001). Service quality, customer satisfaction and value: An examination of their relationships. In J. Kandampully, C. Mok, & B. Sparks (Eds.), *Service quality management in hospitality, tourism and leisure*. New York: The Haworth Press.
- Sutcliffe, C. M. & Sinclair, M. T. (1980). The measurement of seasonality within the tourist industry: an application to tourist arrivals in Spain. *Applied Economics*, 12(4): 429-441.
- Tribe, J., & Snaith, T. (1998). From SERVQUAL to HOLSAT: Holiday satisfaction in Varadero, Cuba. *Tourism Management*, 19, 25–34.

Yacoumis, J. (1980). Tackling seasonality. The case of Sri Lanka. *International Journal of Tourism Management*, 1(2): 84-98.

Weaver, D. & Lawton, L. (2002). *Tourism Management*. Brisbane: Wiley & Sons.

Williams, A. M. & Shaw, G. (1991). *Tourism and Economic Development*.

Woodside, A. G., Frey, L. L., & Daly, R. T. (1989). Linking service quality, customer satisfaction and behavioral intention. *Journal of Health Care Marketing*, 9(4), 5–17.

Lisad

Lisa 1. Küsimustik inglise keelne

Good day!

My name is Martin Süld, and I am a student at the University of Tartu. I would like you to complete this questionnaire to measure tourist satisfaction in Tallinn.

It is totally anonymous to answer these questions and all the answers will be used in generalized form in my Master's thesis "Tourist satisfaction during low season visit experience in Tallinn"

It takes about 10 minutes to complete the questionnaire and you only need to make an X in the box you feel is most suitable.

Part A-1

Please mark an **X** in the box that best characterizes the **expectations of your visit** to Tallinn

1. I was expecting the weather to be good

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
---------------	--------------	-------------------------	-----------------	------------------

☐☐☐☐☐

2. I was expecting the harbor to be nice and clean

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
---------------	--------------	-------------------------	-----------------	------------------

☐☐☐☐☐

3. I was afraid it would be hard to get to the hotel for a reasonable price

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
---------------	--------------	-------------------------	-----------------	------------------

☐☐☐☐☐

4. I was expecting to have a taste experience in a local restaurant or bar

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
---------------	--------------	-------------------------	-----------------	------------------

☐☐☐☐☐

5. I was afraid that I would feel unsecure in the streets of Old Town

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
---------------	--------------	-------------------------	-----------------	------------------

☐☐☐☐☐

6. I expected to feel welcome in Tallinn

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
---------------	--------------	-------------------------	-----------------	------------------

☐☐☐☐☐

7. I expected price levels to be good because it was low season

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. I expected to see a lot of beautiful architecture in Tallinn's Old Town

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. I was afraid I would see some unfriendly people in the streets

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. I was afraid that service personnel would not speak foreign languages because of low season

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. I was expecting to find free WIFI in Old Town

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. I planned to visit other areas around Old Town

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. I was afraid that during low season there are not enough bars and nightclubs open

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. I expected Tallinn's Old Town to be tourist friendly

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. I expected to have enough to see and do during my stay

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PART B-2

Please mark an **X** in the box that best characterizes your **actual experience** in Tallinn

1. Weather was really good

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Harbour was nice and clean

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. It was hard to get to the hotel for a reasonable price

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. I had a really good taste experience in a local restaurant or bar

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. I felt unsecure in the streets of Old Town

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. I really felt welcome in Tallinn

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Price level was good because of low season

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. I really saw a lot of beautiful architecture in Tallinn's Old Town

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. I saw some unfriendly people in the streets

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Service personnel did not speak foreign languages, probably because of low season

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. I easily found free WIFI in Old Town

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. I did visit some other areas around Old Town

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. There were not enough bars and nightclubs open

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. I felt, that Tallinn's Old Town is really tourist friendly

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. I really had enough to see and to do during my stay

Totally agree	Partly agree	Partly agree partly not	Partly disagree	Totally disagree
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Please answer some open questions:

1. What was your most pleasant experience in Tallinn?

2. What would you recommend to your friend about Tallinn?

3. What should be different in Tallinn next time, to have a better experience?

4. What are the first three things that come to your mind when thinking about Tallinn?

PART B

Sex: Male: Female:

Year of birth:

Country of residence:

Level of education:

Basic	Secondary	High	Do not answer
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Purpose of your visit:

Vacation	Business	Other
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

How many times have you visited Tallinn:

First visit: 2-4 times: more than 5:

What was the main reason you came to Tallinn this time (choose max2):

Easy to come:

Price level:

Architecture:

Nightlife:

Culture:

Shopping:

Business:

Something else:

if yes, what:

Thank you!

Lisa 2. Küsimustik vene keelde

Добрый день!

Меня зовут Мартин Сьюльд, я магистрант Тартуского Университета и прошу Вас ответить на следующий вопросник. Целью вопросника является оценка удовлетворённости зарубежных гостей Таллинном как пунктом назначения путешествия.

Ответы на вопросы являются абсолютно анонимными, и результаты будут использованы в обобщённом виде в моей магистерской работе «Исследование удовлетворённости туристов в несезон на примере Таллинна» (“Madalhooaja külastuselamuse rahuloluuuring Tallinna näitel”). Заполнение вопросника займёт примерно 10 минут, и Вам нужно отметить крестиком подходящие ответы.

Часть A-1

Пожалуйста, поставьте крестик в той графе, которая наилучшим образом характеризует **Ваши ожидания** в отношении Таллинна как пункта назначения путешествия.

1. Я надеялся(лась), что погода будет хорошей

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Я надеялся(лась), что порт будет красивым и чистым

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Я боялся(лась), что добраться до гостиницы по разумной цене будет сложно

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Я надеялся(лась) получить в местном ресторане или баре великолепные ощущения от еды

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Я боялся(лась), что буду чувствовать себя на улицах Таллинна небезопасно

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Я надеялся(лась), что буду чувствовать себя в Таллинне желанным(ной) гостем(ьей) (welcomed)

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Я надеялся(лась), что уровень цен в Таллинне является благоприятным в связи с несезоном

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

8. Я надеялся(лась) увидеть много красивой архитектуры в Старом городе Таллинна

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

9. Я боялся(лась), что встречу на улицах Таллинна недружелюбных людей

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

10. Я боялся(лась), что в связи с несезоном многие из обслуживающего персонала не говорят на иностранных языках

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

11. Я надеялся(лась) найти бесплатную сеть WIFI в старом городе Таллинна

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

12. Я надеялся(лась) посетить также другие районы за пределами Старого города

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

13. Я боялся(лась), что в связи с несезоном открыто недостаточно ресторанов и баров

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

14. Я надеялся(лась), что Старый город Таллинна является дружелюбным для туристов местом.

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

15. Я надеялся(лась), что мне будет достаточно, что посмотреть и чем заняться в Старом городе Таллинна

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

Часть А-2

Пожалуйста, поставьте крестик в той графе, которая наилучшим образом характеризует Ваш **фактический опыт поездки** в Таллинн

1. Погода была действительно хорошей

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

2. Порт был красивый и чистый

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

3. Было тяжело добраться до гостиницы за разумную цену

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

4. Я получил(а) действительно великолепные ощущения от еды в местном ресторане или баре

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

5. Я чувствовал(а) себя на улицах Таллинна небезопасно

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

6. Я чувствовал(а) себя в Таллинне действительно желанным(ой) гостем(ьей)

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

7. Уровень цен в связи с несезоном был хорошим

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

8. Я увидел(а) много великолепной архитектуры в Старом городе Таллинна

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

9. Мне встречались на улицах недружелюбные люди

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

10. Обслуживающий персонал не говорил на иностранных языках в достаточной степени

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

11. В Старом городе было несложно найти бесплатную сеть WIFI

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

12. Я посетил(а) также другие районы в Таллинне помимо Старого города

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

13. Я не нашёл(ла) в Старом городе достаточно ресторанов и баров

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

14. Я почувствовал(а), что Старый город Таллинна действительно дружелюбен по отношению к туристам

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

15. Для меня действительно было много, чем заняться и что посмотреть во время своего посещения Таллинна

Абсолютно согласен(на)	Скорее согласен(на)	Частично согласен(на), частично не согласен(на)	Скорее не согласен(на)	Совершенно не согласен(на)
------------------------	---------------------	--	------------------------	----------------------------

Пожалуйста, ответьте на следующие открытые вопросы:

1. Что было для Вас наиболее приятным во время посещения Таллинна?
2. Что бы Вы порекомендовали в Таллинне своим друзьям?
3. Что могло бы быть по-другому в следующий раз?
4. Каковы три первых вещи, которые вспоминаются Вам в связи с Таллинном?

Часть В

Пол: Мужской: Женский:

Год рождения:

Страна происхождения:

Уровень образования:

начальное	среднее	высшее	Не желаю отвечать
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Цель поездки:

Отдых	Бизнес	Другое
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Сколько раз Вы до этого посещали Таллинн?

Первое посещение: 2-4 раза: Более 5 раз:

Какова основная причина Вашего посещения?

Легко добраться:

Уровень цен:

Архитектура:

Ночная жизнь:

Культура:

Шопинг:

Бизнес:

Что-то другое: Если да, то что:

Lisa 3. Küsimustik soome keelne

Hei!

Olen Martin Süld, olen Tarton yliopiston opiskelija maisterinohjelmassa ja toivoisin, että vastaisitte alla oleviin kysymyksiin. Kyselyn tarkoituksena on arvioida ulkomaalaisten tyytyväisyyttä Tallinnan tarjontaan matkakohteena.

Kysymyksiin vastataan nimettömästi ja vastauksia käytetään vain yleistetysti minun maisterintyössäni ”Sesongin ulkopuolisen ajan matkailuelämyksen tyytyväisyystutkimus Tallinnan esimerkin pohjalta”. Kysymyksiin vastaaminen vie noin 10 minuuttia, vastaukset annetaan tekemällä rastin (X) sopivaan ruutuun.

Osa A-1

Merkitkää X:llä, mikä kuvaa parhaiten teidän Tallinnaan matkakohteena koskevia **odotuksianne**

1. Toivoin, että sää on kaunis

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Toivoin, että satama on siisti ja kaunis

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Pelkäsin, että kohtuullisesti hinnoitellun ajomatkan saaminen hotelliin voi olla vaikeaa

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Toivoin, että saan paikallisesta ravintolasta tai baarista erinomaisen makuelämyksen

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Pelkäsin, että koen Tallinnan kaduilla turvattomuutta

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Toivoin kokevani, että olen tervetullut Tallinnaan

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Toivoin, että Tallinnan hintataso on sesongin ulkopuolisena aikana edullinen

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

8. Toivoin näkeväni Tallinnan vanhakaupungissa paljon kauniita historiallisia rakennuksia

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

9. Pelkäsin tapaavani Tallinnan kaduilla ei-ystävällisiä ihmisiä

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

10. Pelkäsin, että useat asiakaspalvelutyöntekijät eivät puhu sesongin ulkopuolisena aikana vieraita kieliä

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

11. Toivoin löytäväni Tallinnan vanhasta kaupungista ilmaisen langattoman internet-yhteyden

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

12. Halusin vierailla myös vanhakaupungin ulkopuolella olevissa kohteissa

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

13. Pelkäsin, että sesongin ulkopuolisena aikana on osa ravintoloita ja baareja suljettu

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

14. Toivoin, että Tallinnan vanhakaupunki on matkailijaystävällinen paikka.

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

15. Toivoin, että minulla Tallinnan vanhakaupungissa riittävästi nähtävää ja tehtävää

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

Osa A-2

Merkittä X:llä, mikä kuvaa parhaiten **todellisia matkakokemuksia** Tallinnassa

1. Sää oli todella kaunis

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Satama on siisti ja kaunis

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Kohtuulliseen hintaan hotelliin pääseminen oli vaikea

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Sain todella erinomaisen makuelämyksen paikallisessa ravintolassa tai baarissa

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Koin oloni Tallinnan kaduilla turvattomaksi

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Koin olevani tervetullut Tallinnaan

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Hintataso oli sesongin ulkopuolisen ajan johdosta edullinen

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Näin Tallinnan vanhakaupungissa paljon kiehtovia rakennuksia

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Kohtasin kaduilla ei-ystävällisiä kulkijoita

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

10. Asiakaspalvelutyöntekijät eivät puhuneet riittävästi vieraita kieliä

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

11. Ilmaisen langattoman internet-yhteyden löytäminen oli vanhakaupungissa helppoa

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

12. Vierailin Tallinnan vanhakaupungin lisäksi myös muissa kohteissa

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

13. En löytänyt vanhakaupungista riittävästi ravintoloita ja baareja

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

14. Koin, että Tallinnan vanhakaupunki on todella matkailijaystävällinen

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

15. Minulla oli Tallinna-vierailun aikana todella paljon nähtävää ja tehtävää

Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Hieman eri mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------------	---------------	-------------------	-------------------

Pyydän vastaamaa myös seuraaviin avoimiin kysymyksiin

1. Mikä oli miellyttävin elämys Tallinna-vierailun aikana?

2. Millaisia suosituksia antaisitte kaverille Tallinna-vierailun osalta?

3. Mikä voisi olla toisin seuraavalla kerralla?

4. Mitkä ovat kolme asiaa, jotka tulevat Tallinnaan liittyen ensimmäisinä mieleen?

Osa B

Sukupuoli: Mies: Nainen:

Syntymävuosi:

Kotimaa:

	Peruskoulu	Ylioppilas	Yliopistotutkinto	En halua vastata
Koulutustaso:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

	Loma	Liikematka	Muu
Matkan tarkoitus:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Kuinka monta kertaa olette aikaisemmin Tallinnassa vierailleet?

Ensimmäinen vierailu:	<input type="text"/>	2-4 kertaa:	<input type="text"/>	Yli 5 kertaa:	<input type="text"/>
-----------------------	----------------------	-------------	----------------------	---------------	----------------------

Mikä on vierailun päällimmäinen syy? (max 2)

Helppo tulla:

Hintataso:

Arkkitehtuuri:

Yöelämä:

Kulttuuri:

Ostokset:

Liikematka:

Muu:	<input type="text"/>	Jos vastaus on kyllä, niin mikä:	<input type="text"/>
------	----------------------	----------------------------------	----------------------

Kiitos!

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina **Martin Süld**, sündinud 16.aprill 1977

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

Välisküllastajate rahulolu madalhooaja külastuselamusega Tallinna näitel

mille juhendaja on MSc Heli Müristaja

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, **10.05.2013**